

الإشهار القرآني

والمعنى العرفاني في ضوء
النظرية العرفانية والمزج المفهومي والتداولية
(سورة يوسف نموذجاً)

الأستاذ الدكتور
عطية سليمان أحمد
كلية التربية - جامعة السويس
رئيس قسم اللغة العربية
مكتبة لسان العرب
www.lisanarb.com

MAUB
المكتبة العربية للكتاب الحديث
الأكاديمية الحديثة
للكتاب الجامعي

مَكْتَبَةُ لِسَانِ الْعَرَبِ

رابطہ بدیل
lisanerab.com

أ. علاء الدين شوقي

www.lisanarb.com



الإشهار القرآني
والمعنى العرفاني

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإشهار القرآني والمعنى العرفاني

في ضوء

النظرية العرفانية والمزج المفهومي والتداولية

[سورة يوسف نموذجاً]

الأستاذ الدكتور

عطية سليمان أحمد

كلية التربية - جامعة السويس

رئيس قسم اللغة العربية



الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي

الكتاب : الإشهار القرآني والمعنى العرفاني في ضوء النظرية العرفانية
والمزج المفهومي والتداولية [سورة يوسف نموذجاً]

المؤلف: أ. د. عطية سليمان أحمد

تاريخ الإصدار : 2014 م
حقوق الطبع : محفوظة للناشر

الناشر : الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي
العنوان : 82 شارع وادي النيل المهندسين ، القاهرة ، مصر
تلفاكس : 561 33034 (00202) 1734593 0122
البريد الإلكتروني : m.academyfub@yahoo.com

رقم الإيداع :

الترقيم الدولي :

تحذير :

حقوق النشر: لا يجوز نشر أى جزء من هذا الكتاب أو اختزان مادته بطريقة الاسترجاع أو نقله على أى نحو أو بأية طريقة سواء أكانت إلكترونية أو ميكانيكية أو خلاف ذلك إلا بموافقة الناشر على هذا كتابةً ومقدماتاً.

المقدمة

غزت حياة الإنسان المعاصر سيول من المعارف، وعوالم من الفكر والأدب، مما جعل الإنسان يشعر بغربة في هذا العالم، ففي كل يوم يرى الجديد بل ربما لا يكاد يلحق بهذا الجديد ويعرفه حتى يداهمه الأحدث منه .

لكن بالبحث والدراسة لما يعرض علينا كل يوم من هذا الجديد ندرك أنه قديم جاءنا في ثوب جديد، وما تلك الهالة التي حوله إلا محاولة من صاحب هذا الجديد أن يوهمنا أنه جديد، أو لأننا لا نعرف أصله القديم .

إننا نتحدث هنا عن عالم بهرنا بإبداعه وثوبه الجديد، فلا يوجد بيت إلا ويعاني منه ومن ابتكاراته التي لا تنتهي، إنه عالم الإشهار بلغة أهل المغرب العربي والإعلان بلغة المشرق، فهو عالم جديد لا ينتهي أبدا ولا يمل أصحابه بإبهارنا من خلاله بكل جديد يدفعنا إلى الشراء، وهذه أقل الخسائر أو إلى اعتناق هذا الدين أو ذاك الرأي، وتلك قمة المشاكل ولذا ينفق عليه المفكرون وأصحاب الشركات المليارات بسخاء كذلك أصحاب السياسات والمذاهب وقادة الدول والحكومات، فهل يستحق الإشهار كل هذا الإنفاق؟!

نقول نعم، إذا كان الناتج منه مليارات المليارات أو تسييس الشعوب وانصياعهم لقادتهم، فلا بأس من إنفاق بعض المال مقابل هذه الأرباح الكبيرة .

ولكن هل هذا العمل بتقنياته الحديثة جديد حقاً، أم إننا لم نعرف ما قَدّمه من قبلنا في هذا الحقل المعرفي ؟ ولهذا اعتبرنا كل ما يقدم إلينا من خلاله جديداً كل الجدة ؟ وهذا ما نحاول معرفته من خلال هذا العمل .

لقد بهرتنا النظريات الحديثة عندما تناولت هذا الموضوع بالدراسة، فكل نظرية تدرس الموضوع من جانب؛ يجعلنا نعتقد أنه لم يدرس من قبل، وأن هذه النظرية هي صاحبة الدراسة السحرية، وأنها ستخرج لنا من صندوقها السحري ما لم نسمع به من قبل؛ فنقبل عليها بالدراسة والتحليل والتطبيق على نماذج كثيرة لنؤكد صحة هذه النظرية ومدى جدواها في هذا المجال .

ولكننا نعود إلى نقطة البداية عندما نجدها قد فشلت أو قصرت في حل كثير من مشاكل هذه القضية موضوع الدراسة، فنسرع لنظرية أخرى لعل فيها العلاج الناجع لهذه المشكلة .

وعلى الرغم من هذه النظرة ذات التشاؤم مني لجدوى هذه النظريات أرى أنها ذات فضل كبير علي كل الباحثين في هذا المجال، فلولاها ما كنا لنرى كثيراً من الجوانب الخفية في عملية الإشهار، لهذا أعود فأطالب من كل الباحثين أن يستعينوا بهذه النظريات لدراسة قضية الإشهار، فهي ستوسع من إدراكهم لجوانب القضية، وهي ستدعم آراءهم؛ وتدخلهم إلى عوالم الحقائق العلمية الدقيقة، فسيرون الحقيقة من جوانب جديدة ومختلفة .

لذا أقبلت على تلك النظريات بالدراسة والفهم والتحليل لتكون المعين لفهم قضيتنا، وقد أفدت من ذلك الكثير والكثير، وبقي شيء ضروري لاكتمال القضية، وهو هذه الحقائق والمعطيات التي تطرحها علينا تلك النظريات؛ كيف نطبقها لمعرفة مدى صحتها وجدواها في دراسة قضية الإشهار، هل تكون بغيتنا هي ما في الصحف والجرائد من إشهارات أم ما يعرضه التلفاز في كل لحظة في شكل سيل من الإشهار الذي لا يعد ولا يحد صباح مساء، أم ما نجده في الطرقات من لافتات؛ يعلن أصحابها عن سلعهم المختلفة (بضاعة - خدمات - أفكار - آراء حزبية ودينية وسياسية) ؟ .

إنه سؤال كبير يجب الرد عليه قبل الشروع في هذا العمل فالعشوائية التي نراها في تلك الإشهارات تجعلنا نتخبط في دراستنا بين معيّن ملتزم بقواعد المهنة، وبين منطلق بلا حدود، هل هذا الإشهار حقاً هو النموذج الصحيح لما يجب أن يكون عليه الإشهار ؟ وهل طابق تلك النظريات التي تحدثت عنها أنفاً، أم لا ؟ .

ظل ذلك التساؤل يدور في خلدي حتى هداني ربي سبحانه وتعالى إلى كتابه الكريم الذي لا تنقضي عجائبه، ولا يشبع منه العلماء، فلكل باحث فيه سبيل، فمن أراد فيه الهدى وجده، ومن أراد فيه الخبر اليقين عن السابقين وجده، ومن أراد الهدى في غيره ضل .

ولكن كيف نجد فيه حديثاً عن ذلك العلم الذي يدّعي أصحابه بحداثته، ويرى أصحاب النظريات الحديثة أنه من بنات أفكارهم وإبداعاتهم ؟ ولهذا كان علينا في البداية أن نعرف كيف يكون السؤال عن هذا الأمر ؟ هل نسأل كيف تكلم القرآن الكريم عن الإشهار ؟ وفي

أي سورة منه جاء ذكره؟ وبطبيعة الحال تكون الإجابة: إننا لا نجد هذا في القرآن الكريم، إذن فماذا نجد في القرآن عن الإشهار؟ إن هذا الكتاب الكريم حوى كثيراً من الأخبار والقصص والأحكام وقضايا العقيدة والعبادات والمعاملات وكل شئون الدنيا والآخرة، إنه زاخر بالحياة، حياة البشر ممن سبقنا؛ وممن معنا، وممن بعدنا وكل مخلوقات الله من إنس وجان ونبات وجماد وحيوان وآيات كونية، ورواية لنص كلام أناس، يقص لنا الحق قصصهم، ويذكر حواراتهم كما دارت علي ألسنتهم، إذن نحن أمام عوالم مفتوحة مليئة بالأشخاص، والأحداث المتلاحقة، النظر فيها عن كثب يبين لنا ما فيها من كم كبير من العبارات الإشهارية، التي تصلح للدراسة، بل تحتاج لعدة دراسات جادة يقوم بها أكثر من باحث.

لقد جاء الكتاب الكريم بكثير من العجائب التي لا تنفسي، لقد جدّ البشر في فهمها، بل عمل على تأكيدها من لا يؤمن بها، وتلك من عجائبه التي تثبت صدقه، وإعجازه، فترى قوماً في مشارق الأرض وفي مغاربها يعملون ويبحثون ويجدون في بحثهم، ولا يدرون أنهم يؤكدون حقائق هذا الكتاب البالغة ببحوثهم، فتأتي آيات الله مؤكدة أو معارضة لنظرياتهم، وهي بذلك قد سبقتهم إلى ما وصلوا إليه، بل تصح ما لديهم من قضايا تحتاج إلى القول الفصل، فقال فيها كلمته.

لقد تطور العلم وما هو بمتطور؛ فكل طور فيه له أصول انطلق منها وكل ما في الأمر هو أننا بدأنا في فهم ما كنا نأخذه كمسلمات بصورة أدق، دلّت علي أن وراء تلك المسلمات عمليات عقلية كبيرة، كنا نؤديها دون ملاحظة ما وراء ذلك من عمليات، فجاء العلم الحديث ليخبرنا عن العمليات التي لم نكن نفكر فيها بهذه الصورة من قبل.

لقد جاء الكتاب الكريم حاوياً لصور مختلفة من الإشهار منها ما كان عن الشيء الحسن ومنها ما كان عن الشيء الخادع، ومن هذا النوع الأخير ما حدث قديماً منذ خلق الله آدم وإبليس، حيث خدع إبليس آدم، وقد ذكر الله هذا في كتابه العزيز بقوله: ﴿فَوَسْوَسَ إِلَيْهِ الشَّيْطَانُ قَالَ يَا آدَمُ هَلْ أَدُلُّكَ عَلَى شَجَرَةِ الْخُلْدِ وَمُلْكٍ لَّا يَبْلَى﴾ [طه: ١٢٠].

هذا إخبار من الله بما حدث بينهما من حوار إشهاري، أعلن فيه إبليس عن بضاعته وهي الشجرة المحرمة، وصور لنا كيف خدع آدم بهذا العرض فهل رواية هذه القصة يقلل من قيمة هذا الكتاب الكريم؟

سبحان الله وتعالى عما يشركون. أم هل تعد عملية البحث والتحليل بعمق في آليات إبليس في إقناع آدم بهذا الفعل عملية تمس مكانة الكتاب في شيء؟! .

وكذلك عندما ذكر الحق علي لسان فرعون معلناً عن نفسه مشهوراً بذلك لكل من حوله ﴿فَقَالَ أَنَا رَبُّكُمُ الْأَعْلَى﴾ [النازعات: 24]، هل هذا كفر من القرآن الكريم؟! أم ممن أنزله؟! أم ممن نزل عليه صلى الله عليه وسلم؟! حاشا لله، بل هو إخبار من الله تعالى عن قول فرعون فقط، الذي يشهر ويفخر فيه بنفسه، ولهذا نقول لك: لا تتعجل وانتظر نهاية فرعون آتية في آخر القصة .

إنني مقتنع بهذا العمل أملاً من الله القبول؛ لحسن النية والغرض النبيل، وهو خدمة كتابه العزيز، لقد حفز ذلك الأمر همّتي للقيام بهذه الدراسة، لما وجدته من إبداع في عرض تلك الإشهارات به بصورة تجعلها نموذجاً للإشهار، ولتصبح مرجعاً وميداناً خصباً للباحثين في مدى صحة هذه النظريات الجديدة وجدواها، وذلك بتطبيقها من خلال نص أدبي عالٍ وراقٍ، فالقرآن هو النص الصحيح الذي لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه، فهو نور ما بعده نور، وهذا الأمر مقبول ما دام يتم في ضوء ما قاله علماءنا الأجلاء من مفسرين ولغويين وغيرهم

نظرتُ إلى سورة يوسف عليه السلام فوجدتها مُلئتُ بهذه الإشهارات التي تصل إلى أكثر من عشرة إشهارات متنوعة، فكل إشهار يعد نوعاً فريداً، بل مختلفاً عما سبقه، فأخذتها نموذجاً للإشهار في القرآن الكريم، وليس كل القرآن؛ لأن هذا العمل يحتاج إلى كثير من الدارسين، فاكتفيت منه بقصب السبق في هذا الأمر، وتركت الباب مفتوحاً لما جاء بعد ذلك؛ ليكمل العمل؛ ويصحح ويصوب، فكل عمل ناقص، أما الكمال فله وحده سبحانه .

وقد استعنت ببعض النظريات الحديثة في هذا العمل نحو: النظرية العرفانية (المعرفية) ونظرية المزج المفهومي، والنظرية التداولية، مع تحليل نفسي ولغوي، رجعت فيه إلى علماء اللغة وعلماء النفس وعلماء التفسير فكانوا جميعاً العون لي لتوضيح رأيي، وبيان مدى صحته أو خطئه، كانت تلك المصادر أكبر وسيلة لبيان مكنون الإشهار القرآني، وبراعة المبدع سبحانه وتعالى في كل آية عرض فيها لسلمة ما في

هذا الكتاب المبين؛ بصرف النظر عن عارض السلعة أو صاحبها أو نوعيتها .

وفي نهاية هذا العمل أرجو من الله تعالى أن يوفقني فيه، وأن يكون تنفيذاً لأمر ربنا سبحانه وتعالى: ﴿أَفَلَا يَتَدَبَّرُونَ الْقُرْآنَ أَمْ عَلَى قُلُوبٍ أَقْفَالُهَا﴾ [محمد: ٢٤] وألاً أكون ممن علي قلوبهم أقفالها، فهذا العمل يا ربّي هو محاولة لتدبر كتابك الكريم، فإن أخطأت فاغفر لي فهو دون قصد مني، ولم يتعمده قلبي ولكنها طبيعتي البشرية، وإن أصبت فاجعله يا ربّي في ميزان حسناتي عندك، إنك نعم المولى ونعم النصير .

والله من وراء القصد وهو يهدى السبيل، ربنا لا تزغ قلوبنا بعد إذ هديتنا وهب لنا من لدنك رحمة إنك أنت الوهاب. آمين .

المؤلف

د. عطية سليمان أحمد

2014/7/13

تقديم

انتشار الإشهار في القرآن الكريم وفي حياتنا اليومية
الإشهار مهندس في حياتنا بصورة كبيرة لا يمكن أن ندرکها إلا إذا
عاودنا النظر فيما حولنا من أحداث وأحاديث يومية؛ يعيشها أفراد
المجتمع صباح مساء، انظر إلي هذين الرجلين وقد جلسا يتسامران
لترى إلى أي مدى نحن نعيش في ذلك العالم المحاط بالإشهار من كل
جوانبه، إنه عصر الإشهار :
الأول: اشتریت أمس ثوباً صناعة شركة كذا، فوجدته جيداً ومريحاً

الثاني: ذهبت إلى مطعم كذا، وأعجبتني خدمته وطعامه الجيدان .



الأول: انظر إلى لافتة شركة كذا السياحية؛ إنها شركة ممتازة أنا جربتها .
الثاني: لقد قرأت للعقاد فسرني فكره، واعتداله وعبقريته في فهم الصحابة .

الأول: أنا لا أرتاح لفلان، فهو كثير الكلام، قليل الفهم .
الثاني: لا أحب أن أسلك طريق كذا، فهو كثير المصاعب .
الأول: انظر إلي هذه الصورة التي التقطها فلان، إنه فنان بارع .
الثاني: رأيت هذه اللافتة التي عليها صورة مستحضر كذا، إنه جيد

الأول: سمعت أمس المغني فلان؛ إن صوته جميل؛ أمتعني كثيرا .
إن هذه العبارات المتنوعة يجمعها شيء واحد أنها جميعا عبارات إشهارية، ربما لم يدر أصحابها أنها عبارات إشهارية، فهي لا تخرج في رأيهم عن كونها أحاديث سمر يومية يتبادلها الجلساء، وهنا يبدو لنا كيف أن العبارة الإشهارية متشعبة ومندسة في حياتنا، فلو يعلم القائل: إنني لا أرتاح لفلان لأنه كثير الكلام (مثلاً) أنها عبارة إشهارية لهذا الشخص الذي يكرهه؛ ربما لا يقولها، فقد يوجد في المكان من يحتاج إلى شخص ترثار فيسرع إلى فلان هذا، بل إن التحذير من شركة ما أو شخص أو طريق هو إشهار عن هذه الأشياء، لكنه إشهار تحذيري، حتى لا يتجه إليه أحد .

إن هذه العبارات ترينا كيف ينغمس الإشهار في حياتنا اليومية، ونحن لا نشعر بذلك ! .

إننا نقرأ ونسمع كتاب الله يُتلى علينا ليلَ نهار، ونسعد لسماعه بصوت القارئ الشيخ فلان، دون أن نتدبر تلك الآيات، وما فيها من إشهار ذكره الله تعالى في كتابه، فجاء علي لسان نبي أو رجل عادي أو على لسان طائر أو حيوان أو على لسان الحق تبارك اسمه، ليعلن عن سلعة معينة [بضاعة - دين - فكر - خدمة - وظيفة (طلب وظيفة - طلب موظف) - شيء مفقود] لم يكن الغرض منه سوى الإخبار عما حدث في الماضي والإشهار عن شيء من هذه الأشياء، أو ترغيب في شيء غيبي كالجنة، أو ترهيب من النار .

يمكن أن ننظر إلى هذه الآيات القرآنية في إطار قضيتنا (الإشهار) لنرى هذا الكم الكبير من الآيات الإشهارية التي وردت في القرآن الكريم، وهي تمثل بعض آيات الإشهار القرآني فقط، لنعرف مدى

الحاجة إلى تخصيص دراسة مستقلة لتلك القضية؛ في ضوء معطيات علم اللغة الحديث ونظرياته المختلفة، كذلك معطيات الدراسات التي قامت حول موضوع الإشهار، حيث يمثل كل جانب من كلا الجانبين رافداً من روافد الدراسة التي سنشرع فيها. فمن هذه الآيات القرآنية التي تضمنت إشهارات متنوعة بداخلها ما يأتي :

الإشهار الأول: إشهار الله عن نفسه:

(أ) عن طريق الخطاب بضمير المتكلم (أنا) + اسمه الأعظم (الله):
قال تعالى: ﴿إِنِّي أَنَا اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا أَنَا فَاعْبُدْنِي وَأَقِمِ الصَّلَاةَ لِذِكْرِي﴾ [طه:14].

قال تعالى: ﴿يَا مُوسَى إِنَّهُ أَنَا اللَّهُ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ﴾ [النمل: 9].

قال تعالى: ﴿فَلَمَّا أَتَاهَا نُودِيَ مِنْ شَاطِئِ الْوَادِي الْأَيْمَنِ فِي الْبُقْعَةِ الْمُبَارَكَةِ مِنَ الشَّجَرَةِ أَنْ يَا مُوسَى إِنِّي أَنَا اللَّهُ رَبُّ الْعَالَمِينَ﴾ [القصص: 30].

(ب) عن طريق الإخبار عن الله: باسمه الأعظم (الله) + صفاته تعالى:

قال تعالى: ﴿اللَّهُ نُورُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ مَثَلُ نُورِهِ كَمِشْكَاةٍ فِيهَا مِصْبَاحٌ الْمِصْبَاحُ فِي زُجَاجَةٍ الزُّجَاجَةُ كَأَنَّهَا كَوْكَبٌ دُرِّيٌّ يُوقَدُ مِنْ شَجَرَةٍ مُبَارَكَةٍ زَيْتُونَةٍ لَا شَرْقِيَّةٍ وَلَا غَرْبِيَّةٍ يَكَادُ زَيْتُهَا يُضِيءُ وَلَوْ لَمْ تَمْسَسْهُ نَارٌ نَوْراً عَلَى نُورٍ يَهْدِي اللَّهُ لِنُورِهِ مَنْ يَشَاءُ وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ﴾ [النور: 35].

قال تعالى: ﴿اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْحَيُّ الْقَيُّومُ لَا تَأْخُذُهُ سِنَّةٌ وَلَا نَوْمٌ لَهُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ مَنْ ذَا الَّذِي يَشْفَعُ عِنْدَهُ إِلَّا بِإِذْنِهِ يَعْلَمُ مَا بَيْنَ أَيْدِيهِمْ وَمَا خَلْفَهُمْ وَلَا يُحِيطُونَ بِشَيْءٍ مِنْ عِلْمِهِ إِلَّا بِمَا شَاءَ وَسِعَ كُرْسِيُّهُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَلَا يَئُودُهُ حِفْظُهُمَا وَهُوَ الْعَلِيُّ الْعَظِيمُ﴾ [البقرة: 255].

(ج) عن طريق الإخبار عن الله: هو + الله + بعض صفاته تعالى:
قال تعالى: ﴿قُلْ أَرُونِي الَّذِينَ أُحَقِّقُ بِهِ شُرَكَاءَ كَلَّا بَلْ هُوَ اللَّهُ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ﴾ [سبأ: 27].

قال تعالى: ﴿لَوْ أَرَادَ اللَّهُ أَنْ يَتَّخِذَ وَلَدًا لَاصْطَفَىٰ مِمَّا يَخْلُقُ مَا يَشَاءُ سُبْحَانَهُ هُوَ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ﴾ [الزمر: ٤] .

قال تعالى: ﴿هُوَ اللَّهُ الَّذِي لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ عَالِمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ هُوَ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ (22) هُوَ اللَّهُ الَّذِي لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْمَلِكُ الْقُدُّوسُ السَّلَامُ الْمُؤْمِنُ الْمُهَيْمِنُ الْعَزِيزُ الْجَبَّارُ الْمُتَكَبِّرُ سُبْحَانَ اللَّهِ عَمَّا يُشْرِكُونَ (23) هُوَ اللَّهُ الْخَالِقُ الْبَارِئُ الْمُصَوِّرُ لَهُ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَىٰ يُسَبِّحُ لَهُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ۝﴾ [الحشر: ٢٢ - ٢٤] .

(د) عن طريق الإخبار عن الله: هو + صفة من صفاته :

قال تعالى: ﴿وَالِهَكُمْ إِلَهٌ وَاحِدٌ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ﴾ [البقرة: ١٦٣] .

قال تعالى: ﴿هُوَ عَالِمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ هُوَ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ﴾ [الحشر: ٢٢] .

قال تعالى: ﴿وَهُوَ الْقَاهِرُ فَوْقَ عِبَادِهِ وَهُوَ الْحَكِيمُ الْخَبِيرُ﴾ [الأنعام: ١٨]

قال تعالى: ﴿وَهُوَ الْقَاهِرُ فَوْقَ عِبَادِهِ﴾ [الأنعام: ٦١] .

(هـ) علي لسان الهدد:

قال تعالى: ﴿أَلَا يَسْجُدُوا لِلَّهِ الَّذِي يُخْرِجُ الْخَبَاءَ فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَيَعْلَمُ مَا تُخْفُونَ وَمَا تُعْلِنُونَ﴾ [النمل: ٢٥] .

(و) علي لسان نبي الله يوسف :

قال تعالى: ﴿أَرَبَابٌ مُتَفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمْ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ﴾ [يوسف:

[39]

الإشهار الثاني: إشهار عن وظيفة:

أ - طلب وظيفة:

1- وظيفة راعي:

قال تعالى: ﴿قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ

الْقَوِيَّ الْأَمِينُ﴾ [القصص: 26] .

2- وظيفة مرضعة:

قال تعالى: ﴿وَحَرَمْنَا عَلَيْهِ الْمَرَاضِعَ مِنْ قَبْلُ فَقَالَتْ هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ أَهْلِ بَيْتٍ يَكْفُلُونَهُ لَكُمْ وَهُمْ لَهُ نَاصِحُونَ﴾ [القصص: 12].

هذه الأم الوحيدة التي أرضعت ابنها بأجر، لأنها دخلت القصر بوظيفة مرضعة لهذا استحقت الأجر .

3- وظيفة وزير زراعة:

قال تعالى: ﴿قَالَ اجْعَلْنِي عَلَىٰ خَزَائِنِ الْأَرْضِ ۗ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ﴾ [يوسف: 55].

ب - طلب موظف :

1- ذو قدرة خارقة: قال تعالى: ﴿قَالَ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ أَيُّكُمْ يَأْتِينِي بِعَرْشِهَا قَبْلَ أَنْ يَأْتُونِي مُسْلِمِينَ﴾ [النمل: 38].

2- وظيفة مفسر أحلام: قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ أَفْتُونِي فِي رُؤْيَايَ إِن كُنْتُمْ لِلرُّؤْيَا تَعْبُرُونَ﴾ [يوسف: 43].

3- وظيفة مستشار: قال تعالى: ﴿وَقَالَ الْمَلِكُ ائْتُونِي بِهِ أَسْتَخْلِصُهُ لِنَفْسِي﴾ [يوسف: 54].

4- إشهار بطلب رأي مستشارين: قال تعالى: ﴿قَالَتْ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ أَفْتُونِي فِي أَمْرِي مَا كُنْتُ قَاطِعَةً أَمْرًا حَتَّىٰ تَشْهَدُون﴾ [النمل: 32].

الإشهار الثالث: عن عمل أدبي:

قصة يوسف:

قال تعالى: ﴿نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ بِمَا أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ هَٰذَا الْقُرْآنَ وَإِنْ كُنْتَ مِنْ قَبْلِهِ لَمِنَ الْغَافِلِينَ﴾ [يوسف: 3].

الإشهار الرابع : عن قوة شخص أو جماعة:

1- الإشهار عن طالوت:

قال تعالى: ﴿وَقَالَ لَهُمْ نَبِيُّهُمْ إِنَّ اللَّهَ قَدْ بَعَثَ لَكُمْ طَالُوتَ مَلِكًا قَالُوا أَنَّىٰ يَكُونُ لَهُ الْمُلْكُ عَلَيْنَا وَنَحْنُ أَحَقُّ بِالْمُلْكِ مِنْهُ وَلَمْ يُؤْتَ سَعَةً مِنَ

الْمَالِ قَالَ إِنَّ اللَّهَ اصْطَفَاهُ عَلَيْكُمْ وَزَادَهُ بَسْطَةً فِي الْعِلْمِ وَالْجِسْمِ وَاللَّهُ يُؤْتِي مُلْكَهُ مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ﴿البقرة: 247﴾.

2- الإشهار عن قوة عصبية:

قال تعالى: ﴿إِذْ قَالُوا لِيُوسُفُ وَأَخُوهُ أَحَبُّ إِلَيْنَا مِمَّا نَحْنُ عُصْبَةٌ إِنَّ آبَانَا لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ﴾ [يوسف: 8].

الإشهار الخامس: عن سلعة:

1- عبد نافع قد يصبح ابنا: قال تعالى: ﴿وَقَالَ الَّذِي اشْتَرَاهُ مِنْ مِصْرَ لَامْرَأَتِهِ أَكْرِمِي مَثْوَاهُ عَسَىٰ أَنْ يَنْفَعَنَا أَوْ نَتَّخِذَهُ وَلَدًا﴾ [يوسف: 21].

2- طفل رضيع قد يصبح ابنا: قال تعالى: ﴿وَقَالَتْ امْرَأَةٌ فِرْعَوْنَ قُرَّةَ عَيْنٍ لِي وَلَكَ لَا تَقْتُلُوهُ عَسَىٰ أَنْ يَنْفَعَنَا أَوْ نَتَّخِذَهُ وَلَدًا وَهُمْ لَا يَشْعُرُونَ﴾ [القصص: 9].

3- شاب جميل: قال تعالى: ﴿وَقَالَتْ أَخْرِجْ عَلَيْنَ فَلَمَّا رَأَيْتَهُ أَكْبَرْتَهُ وَقَطَّعْنَ أَيْدِيَهُنَّ وَقُلْنَ حَاشَ لِلَّهِ مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ﴾ [يوسف: 31].

4- بضاعة مزجاة: قال تعالى: ﴿فَلَمَّا دَخَلُوا عَلَيْهِ قَالُوا يَا أَيُّهَا الْعَزِيزُ مَسَّنَا وَأَهْلَانَا الضُّرُّ وَجِئْنَا بِبِضَاعَةٍ مُزْجَاةٍ فَأَوْفِ لَنَا الْكَيْلَ وَتَصَدَّقْ عَلَيْنَا إِنَّ اللَّهَ يَجْزِي الْمُتَصَدِّقِينَ﴾ [يوسف: 88].

5- عصا: قال تعالى: ﴿قَالَ هِيَ عَصَايَ أَتَوَكَّأُ عَلَيْهَا وَأَهُشُّ بِهَا عَلَىٰ غَنَمِي وَلِيَ فِيهَا مَآرِبُ أُخْرَىٰ﴾ [طه: 18].

الإشهار السادس: عن سلعة مطلوبة:

1- أخو يوسف: قال تعالى: ﴿وَلَمَّا جَهَّزَهُمْ بِجَهَّازِهِمْ قَالَ أَتُنُونِي بِأَخٍ لَكُمْ مِنْ أَبِيكُمْ أَلَا تَرَوْنَ أَنِّي أُوفِي الْكَيْلَ وَأَنَا خَيْرُ الْمُنْزِلِينَ﴾ [يوسف: 59].

2- شيء ضائع: قال تعالى: ﴿قَالُوا نَفَقْدُ صَوَاعِ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ﴾ [يوسف: ٧٢].

3- بقرة: قال تعالى: ﴿وَإِذْ قَالَ مُوسَى لِقَوْمِهِ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تَذْبَحُوا بَقْرَةً قَالُوا أَتَتَّخِذُنَا هُزُوعًا قَالَ أَعُوذُ بِاللَّهِ أَنْ أَكُونَ مِنَ الْجَاهِلِينَ (67) قَالُوا ادْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّنْ لَنَا مَا هِيَ قَالَ إِنَّهُ يَقُولُ إِنَّهَا بَقْرَةٌ لَا فَارِضٌ وَلَا بَكْرٌ عَوَانٌ بَيْنَ ذَلِكَ فافعلوا ما تؤمرون (68) قَالُوا ادْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّنْ لَنَا مَا لَوْهَا قَالَ إِنَّهُ يَقُولُ إِنَّهَا بَقْرَةٌ صَفْرَاءٌ فَاقْع لَوْهَا تَسِرُّ النَّاطِرِينَ (69) قَالُوا ادْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّنْ لَنَا مَا هِيَ إِنَّ الْبَقْرَ تَشَابَهَ عَلَيْنَا وَإِنَّا إِنْ شَاءَ اللَّهُ لَمُهْتَدُونَ (70) قَالَ إِنَّهُ يَقُولُ إِنَّهَا بَقْرَةٌ لَا ذَلُولٌ تُثِيرُ الْأَرْضَ وَلَا تَسْقِي الْحَرْثَ مُسَلِّمَةٌ لَا سِيَةَ فِيهَا قَالُوا الْآنَ جِئْتَ بِالْحَقِّ فَذَبَحُوهَا وَمَا كَادُوا يَفْعَلُونَ (71) وَإِذْ قَتَلْتُمْ نَفْسًا فَادَّارَأْتُمْ فِيهَا وَاللَّهُ مُخْرِجٌ مَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ (72) فَكَلْنَا اضْرِبُوهُ بِبَعْضِهَا كَذَلِكَ يُحْيِي اللَّهُ الْمَوْتَى وَيُرِيكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ (73)﴾ [البقرة: ٦٧ - ٧٣].

الإشهار السابع: عن فكر (دين):

1- دين جديد: قال تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنْ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾ [يوسف: ١٠٨].

الإشهار الثامن عن سلعة غيبية:

1- تجارة: قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَى تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ﴾ [الصف: ١٠].

2- عملية شراء سلعة مادية بثمن غيبي: قال تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنْ لَهُمُ الْجَنَّةُ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدَا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ﴾ [التوبة: ١١١].

3- مقابلة بين سلعة غيبية وسلعة مادية: قال تعالى: ﴿زَيْنَ النَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا

وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَآبِ (14) قُلْ أُوۡبَيِّتُكُمۡ بِخَيْرٍ مِّنۡ دَلِكُمۡ لِلَّذِينَ اتَّقَوْا عِندَ رَبِّهِمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنۡ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا خَالِدِينَ فِيهَا وَأَزْوَاجٌ مُّطَهَّرَةٌ وَرِضْوَانٌ مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ (15) ﴿آل عمران: ١٤ - ١٥﴾.

4- تجارة لن تبور: قال تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورَ﴾ [فاطر: ٢٩].

5- وصف سلعة غيبية بأخرى مادية: قال تعالى: ﴿وَسَارِعُوا إِلَىٰ مَغْفِرَةٍ مِّن رَّبِّكُمْ وَجَنَّةٍ عَرْضُهَا السَّمَاوَاتُ وَالْأَرْضُ أُعِدَّتْ لِلْمُتَّقِينَ﴾ [آل عمران: ١٣٣].

6- الباقيات الصالحات: قال تعالى: ﴿الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَاتُ الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ عِندَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلًا﴾ [الكهف: ٤٦].

الإشهار التاسع: مكارم الأخلاق علي لسان لقمان :
1- عدم الشرك بالله: قال تعالى: ﴿وَإِذْ قَالَ لُقْمَانُ لِابْنِهِ وَهُوَ يَعِظُهُ يَا بُنَيَّ لَا تُشْرِكْ بِاللَّهِ إِنَّ الشِّرْكَ لَظُلْمٌ عَظِيمٌ﴾ [لقمان: ١٣].
2- عزم الأمور: قال تعالى: ﴿يَا بُنَيَّ أَقِمِ الصَّلَاةَ وَأْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَانْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأَصْبِرْ عَلَىٰ مَا أَصَابَكَ إِنَّ ذَلِكَ مِّنْ عَزْمِ الْأُمُورِ﴾ [لقمان: ١٧].

3- الأخلاق المعنوية: التذلل أو الكبر: قال تعالى: ﴿وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرْحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ﴾ [لقمان: ١٨].

4- الأخلاق المادية: اعتدال المشي وعض الصوت: قال تعالى: ﴿وَاقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاغْضُضْ مِن صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ﴾ [لقمان: ١٩].

5- قدرة الله: قال تعالى: ﴿يَا بُنَيَّ إِنَّهَا إِنْ تَكُ مِثْقَالَ حَبَّةٍ مِنْ حَرْدَلٍ فَتَكُنْ فِي صَخْرَةٍ أَوْ فِي السَّمَوَاتِ أَوْ فِي الْأَرْضِ يَأْتِ بِهَا اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ لَطِيفٌ خَبِيرٌ﴾ [لقمان: 16].

الإشهار العاشر: عن أشخاص:

أ- صفات عباد الرحمن: قال تعالى: ﴿وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا (63) وَالَّذِينَ يَبِيتُونَ لِرَبِّهِمْ سُجَّدًا وَقِيَامًا (64) وَالَّذِينَ يَقُولُونَ رَبَّنَا اصْرِفْ عَنَّا عَذَابَ جَهَنَّمَ إِنَّ عَذَابَهَا كَانَ غَرَامًا (65) إِنَّهَا سَاعَتٌ مُسْتَقَرًّا وَمُقَامًا (66) وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا (67) وَالَّذِينَ لَا يَدْعُونَ مَعَ اللَّهِ إِلَهًا آخَرَ وَلَا يَقْتُلُونَ النَّفْسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ وَلَا يَزْنُونَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ يَلْقَ أَثَامًا (68) يُضَاعَفْ لَهُ الْعَذَابُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَيَخَلَدْ فِيهِ مُهَاتًا (69) إِلَّا مَنْ تَابَ وَآمَنَ وَعَمِلَ عَمَلًا صَالِحًا فَأُولَئِكَ يُبَدِّلُ اللَّهُ سَيِّئَاتِهِمْ حَسَنَاتٍ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا (70) وَمَنْ تَابَ وَعَمِلَ صَالِحًا فَإِنَّهُ يَتُوبُ إِلَى اللَّهِ مَتَابًا (71) وَالَّذِينَ لَا يَشْهَدُونَ الزُّورَ وَإِذَا مَرُّوا بِاللَّغْوِ مَرُّوا كِرَامًا (72) وَالَّذِينَ إِذَا ذُكِرُوا بِآيَاتِ رَبِّهِمْ لَمْ يَخِرُّوا عَلَيْهَا صُمًّا وَعُمْيَانًا (73)﴾ [الفرقان 63 - 73].

ب - الإشهار عن صفات المؤمنين: قال تعالى: ﴿قَدْ أَفْلَحَ الْمُؤْمِنُونَ

(1) الَّذِينَ هُمْ فِي صَلَاتِهِمْ خَاشِعُونَ (2) وَالَّذِينَ هُمْ عَنْ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ (3) وَالَّذِينَ هُمْ لِلزَّكَاةِ فَاعِلُونَ (4) وَالَّذِينَ هُمْ لِفُرُوجِهِمْ حَافِظُونَ (5) إِلَّا عَلَى أَزْوَاجِهِمْ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُمْ فَإِنَّهُمْ غَيْرُ مَلُومِينَ (6) فَمَنْ ابْتغى وَرَاءَ ذَلِكَ فَأُولَئِكَ هُمُ الْعَادُونَ (7) وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ (8) وَالَّذِينَ هُمْ عَلَى صَلَوَاتِهِمْ يُحَافِظُونَ (9) أُولَئِكَ هُمُ الْوَارِثُونَ (10)﴾ [المؤمنون: 1- 10].

الإشهار الحادي عشر: الإشهار التحذيري:

قال تعالى: ﴿وَيَحذَرُكُمُ اللَّهُ نَفْسَهُ وَآلِي اللَّهِ الْمَصِيرِ﴾ [آل عمران: 28].

قال تعالى: ﴿وَيَحذَرُكُمُ اللَّهُ نَفْسَهُ وَاللَّهُ رَعُوفٌ بِالْعِبَادِ﴾ [آل عمران: 30].

قال تعالى: ﴿إِنَّمَا دَلَّكُمُ الشَّيْطَانُ يُخَوِّفُ أَوْلِيَاءَهُ فَلَا تَخَافُوهُمْ

وَخَافُونِي إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ﴾ [آل عمران: 175].

الإشهار الثاني عشر: الإشهار الكاذب:

1- إشهار إبليس عن الشجرة المحرمة: قال تعالى: ﴿فَوَسْوَسَ إِلَيْهِ الشَّيْطَانُ قَالَ يَا آدَمُ هَلْ أَدُلُّكَ عَلَى شَجَرَةِ الْخُلْدِ وَمُلْكٍ لَّا يَبْلَى﴾ [طه: ١٢٠].

قال تعالى: ﴿فَوَسْوَسَ لَهُمَا الشَّيْطَانُ لِيُبْدِيَ لَهُمَا مَا وُورِيَ عَنْهُمَا مِنْ سَوَاتِهِمَا وَقَالَ مَا نَهَاكُمَا رَبُّكُمَا عَنْ هَذِهِ الشَّجَرَةِ إِلَّا أَنْ تَكُونَا مَلَكَينَ أَوْ تَكُونَا مِنَ الْخَالِدِينَ (20) وَقَاسَمَهُمَا إِنِّي لَكُمَا لَمِنَ النَّاصِحِينَ (21)﴾ [الأعراف: ٢٠ - ٢١].

الباب الأول

الإشهار والدراسات الحديثة

- الفصل الأول : الإشهار / الإعلان / الدعاية
- الفصل الثاني : الإشهار والتواصل
- الفصل الثالث : خصائص الإشهار

الفصل الرابع : وسائل التعبير الإشهاري
الفصل الخامس : البناء اللغوي والخطاب الإشهاري
واللغة (الرمزية. الإيحائية. الانفعالية)
الفصل السادس : الفضاء الذهني للإشهار

الفصل الأول الإشهار / الإعلان / الدعاية

1- في اللغة:

تذكر كتب اللغة تفسيراً لمعنى "الإشهار والإعلان والدعاية" نذكر هنا بيان الأصل اللغوي الذي انطلقت منه هذه الكلمات، جمعت فيه بين تفسير كلمات (إشهار وإعلان)؛ لأن الكلمة الأولى مستخدمة في المغرب العربي، والكلمة الثانية مستخدمة في المشرق العربي، والمقصود بهما واحد في الجهتين؛ وهو الدعاية عن الشيء .

1-1: الإشهار :

أ (" المحكم والمحيط الأعظم " : (الشُّهْرَة: ظهور الشيء في شُنْعَةٍ، شَهْرَه يَشْهَرُه شَهْرًا، وشَهْرَه فاشْتَهَرَ، ورجل شهير، ومشهور: معروف المكان مذكور) (1) .

ب (" القاموس المحيط " : (الشُّهْرَة: بالضم ظهور الشيء في شُنْعَةٍ، شَهْرَه كمنعه وشَهْرَه، واشتَهَره فاشْتَهَرَ، والشهير والمشهور: معروف المكان المذكور والنبية والشهر العالم) (2) .

ج (" المعجم الوسيط " : شهره - شهرا، وشُهْرَة: أعلنه، وأذاعه... وشهره: مبالغة في شهره، وشهر به: أذاع عنه السوء، اشتهر الأمر: انتشر" (3) .

(1) المحكم والمحيط الأعظم: ابن سيده، معهد المخطوطات العربية بالقاهرة، 2003م، ص4/132.

(2) القاموس المحيط: الفيروز آبادي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1978م، ج2، ص64.

(3) المعجم الوسيط: ط4، مكتبة الشروق الدولية، 2005م، ص498.

تأتي معاني (شَهَرَ) بمعنى الإعلان والإذاعة، وتتولد منه سائر المعاني.

1-2 : الإعلان:

أ (" المحكم والمحيط الأعظم " : العلان والمعالنة، والإعلان: المجاهرة، علن الأمر يَعلُنُ ويَعلِنُ، وعلن علنا، وعلانية فيهما، وأعلنهُ ... وعالنه: أعلن إليه الأمر (1).

ب (" القاموس المحيط " : عَلَّنَ الأمر كنصر... علنا وعلانية، واغتلن ظهر، وأعلننهُ وبه، وعلنته أظهرته، والعلان والمعالنة، الإعلان المجاهرة وعالنه أعلن إليه الأمر كهُمزة من لا يكتم سرا (2).

ج (" المعجم الوسيط " : عَلَّنَ الأمر عُلوًّا: شاع وظهر وعلن خلاف خفي، وعلن الأمر علنا وعلانية: علن فهو علِنَ وعلين [أعلنه] وبه: أظهره وجهر به (3).

تأتي من معاني علن معنى الإظهار والشيوع والإعلان وكذلك شهر، فهما يدوران حول معنى نشر الأمر وأشاعه فهما مترادفان، وهذا يفسر سبب شيوعهما في مكانين مختلفين (المشرق والمغرب) فقد مال كل مكان منهما إلى أحد اللفظين المترادفين؛ فاستخدمه دون أخيه، وهذا كثير في اللغة.

1-3 : الدعاية:

أ (" المحكم والمحيط الأعظم " : ادَّعيت الشيء: زعمته لي، حقا كان أو باطلا، وقوله تعالى [هذا الذي كنتم به تدعون] جاء في التفسير: تكذبون، وتأويله في اللغة: هذا الذي كنتم من أجله تدعون الأباطيل والأكاذيب والدَّعيُّ: المنسوب لغير أبيه (4).

ب (" القاموس المحيط " : ادَّعى كذا زعم أنه له حقا أو باطلا، الاسم الدعوة والدعاوة يكسران (5).

ج (" المعجم الوسيط " : الدعاية: الدعوة إلى مذهب، أو رأى بالكتابة أو الخطابة ونحوهما [محدث] (6).

(1) المحكم والمحيط الأعظم: 112/2.

(2) القاموس المحيط: 245/4.

(3) المعجم الوسيط: 624.

(4) المحكم والمحيط الأعظم: 235/2.

(5) القاموس المحيط: 322/4.

(6) المعجم الوسيط: 287.

2- في الاصطلاح:

يقول الباحث الأمريكي س . ر . آس في تعريفه للإشهار: الإشهار وسيلة تواصل تسعى، إما إلى تيسير نشر بعض الأفكار، وإما إلى تيسير علاقات ذات طبيعة اقتصادية بين بعض الناس الذين يتوفرون على بضاعة، أو خدمة يمكن تقديمها لأناس آخرين، يمكن أن يستخدموا هذه البضاعة، أو هذه الخدمة⁽¹⁾.

2-1: أسس الإشهار: يضع هذا التعريف أسس الإشهار وهي أنه:
أ - هو وسيلة تواصل بين البشر .

ب - تهدف إلى نشر الأفكار وتيسير علاقات اقتصادية بين الناس من خلال تسويق بضاعة أو خدمة ما.

هذا ما عرفه به د . سعيد بنكراد بقوله: " الإشهار وسيلة ضرورية من وسائل البيع، إنه أداة التوسط المثلى بين عارض لبضاعة، وبين زبون محتمل مضطر - اجتماعياً أو نفعياً أو جمالياً - إلى استعمال هذه البضاعة في تدبير شأنه اليومي⁽²⁾ وهو تواصل مؤدى عنه، يعتمد خطاطة تواصلية وحيدة الاتجاه تتحقق من خلال وسائط وأسناد متنوعة، و ذلك من أجل الترويج لمنتج أو ماركة أو شركة أو قضية أو مرشح يمكن التعرف عليه من خلال الإرسالية"⁽³⁾.

من هذه التعريفات المختلفة للإشهار يمكن أن نعرفه: " أنه تسويق بضاعة ما بين الناس الذين لديهم حاجة إليها ويحقق بذلك تبادل المنفعة بين الناس، فيتم التواصل النفعي بينهم، فهو الغرض الأساسي من اللغة نفسها، فقد استخدمها الإنسان، وأبدع فيها لأجل هذه الغاية النفعية، لهذا فإن الإشهار يحقق عدة قضايا يتصل بها بصورة مباشرة، وهي:

1- المجتمع: بكل ما فيه أو يتصل به من (حاجات. طباع. ثقافة. أفكار. ميول).

2- البضاعة: كل ما نريد أن نعلن عنه (سلعة. فكرة. سياسة. خدمات مختلفة).

3- التواصل بين طرفين: (كل عارض بضاعة) و(كل محتاج للبضاعة).

(1) C.R.Haas.Pratique de la Publicite`, P5

(2) الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة: سعيد بنكراد، المركز الثقافي العربي، الدار المغربية، ص45.

(3) Armand Dayan : La Publicite`,e`d PUF collection que sais-Je,P7

هذا المثلث من الترابطات يصنع خطاطة خاصة بالإشهار، حيث لا تتم عملية الإشهار إلا بالجمع بين أضلاع هذا المثلث، فلا إشهار بلا أفراد يتم التواصل بينهم (بائع ومشتري) في إطار قواعد اجتماعية تفرض علي كل منهما ثقافتها وأفكارها وميولها، ولا بد من بضاعة يتم التواصل من خلالها بين هؤلاء الأفراد، فانظر مدى الترابط بين أضلاع هذا المثلث !!

2- الدعاية في الاصطلاح:

في البدء كانت كلمة propagande (دعاية) تعني فقط نشر الأفكار والتعريف بها؛ خاصة أفكار ومواقف الكنيسة، ولم تكن الكلمة مشحونة بالدلالات التي نعرفها اليوم، لقد كانت مفهوما وصفيا محايدا، لكن عقلها الدلالي بدأ في التوسع تدريجيا مع نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن الحالي، حيث أصبحت تشير بالخصوص إلي الدفاع عن أفكار ومبادئ سياسية وإيديولوجية معينة لحزب أو دولة ما، ونشرها مع إقصاء الأفكار المعارضة. إن الدعاية سلاح في يد السلطة أو في يد مجموعة ذات مصالح سياسية أو اقتصادية تهدف إلي تحويل أفكار المتلقي إلى تصرفات تخدم مصالحها⁽¹⁾، إن الدعاية أشد إثارة تجاه الهدف الذي تنتشده، ولا تخرج في معناها السائد عن عملية إبلاغية؛ تستخدم تقنيات ووسائل واستراتيجيات متعددة، ومتكاملة من أجل إقناع المتلقي .

3- الفرق بين الدعاية والإشهار :

إن الدعاية هي ما لا تكون من طبيعة تجارية، بل من طبيعة إيديولوجية أو سياسية أو دينية التي تنفي نفسها لكي تتحقق، فإن الإشهار يعلن عن نفسه من خلال طريقته في صياغة وصلاته، وفي علاقته بالمنتج الذي يدعو إليه ويعمل على إشهاره، إنه تواصل أحادي ومؤدي عنه. إن الأمر لا يتعلق بفكرة ثابتة هي مصدر الانتماء تتوجه إلى جموع متراسة، بل بعملية استهلاكية يمكن أن تغير من شكلها بسرعة⁽²⁾ إن هذه العناصر الخلافية توضح فكرة الدعاية، بأنها فكرة ثابتة لدي أصحابها يدافعون عنها، أما الإشهار فهو عملية استهلاكية متغيرة بتغير المنتج، ولهذا كان الحد الفاصل بين الدعاية والإشهار. إن الإشهار دائما في خدمة مؤسسات تعلن عن نفسها من خلال ماركة هي

(1) إستراتيجية التواصل الإشهاري، سعيد بنكراد وآخرون، دار الحوار، سوريا، 2010م، ص 73 .
(2) الصورة الإشهارية: 55 .

صوتها وصورتها ومسئوليتها في السوق، في حين يرتبط الأسلوب الدعائي بمشروع أوسع، مشروع ديني، أو إيديولوجي معمم أو قابل للتعميم. الأول: صناعة تقوم بها وكالات مقابل مبلغ مالي، أما الثاني: فمرتبط بمؤسسة تهدف إلى غايات أخرى (1).

4. مجالات الإشهار :

تشمل دائرة عمل الإشهار كثير من المجالات وبإمكاننا أن نوسع من دائرة الإشهار ليشمل ميادين بالغة التباين فيستوعب المشاريع الفردية والجماعية على حد سواء، فكل المحاولات التي يقوم بها الأفراد العزل والمؤسسات الكبيرة للفت الأنظار نحوهم؛ ليست سوى رغبات معلنة أو ضمنية من أجل تسويق الأفكار أو الآراء أو برامج أو أنماط حياتية، قد يشمل كل شيء في حياة الإنسان بما فيها معتقداته واختياراته الإيديولوجية والثقافية (2).

لقد ذهب الإشهار إلى ما هو أبعد من تلبية حاجة من الحاجات، إنه يقوم بخلقها والتنويع في مظاهرها. فالذوق لم يعد كما كان قديما، أو كما توهمنا ذلك طويلا، قضية مرتبطة بتقدير الفرد أو قضية اجتماعية هي في نهاية الأمر إفراز لتحويلات في الوعي. بل أصبح شأننا تحددته مراكز القرار في الشركات المتعددة الجنسيات. إنه يحدد للإنسان شكلا من أشكال حضوره خارج لحظات الحميمية... لذلك لا يتردد البعض في التعامل معه باعتباره يندرج ضمن آلية من آليات التفكير في الفضاء العمومي، فجزء كبير من التواصل داخل هذا الفضاء يحتله الإشهار (3).

هذا النص يوضح عدة نقاط هي أن:

- أ - مجالات عمل الإشهار غير محدودة .
- ب - الإشهار لديه القدرة علي خلق الشعور بالحاجة لدى المتلقي تجاه منتج ما، ربما لم يكن في حاجة إليه فعليا من قبل .
- ج - الإشهار بشركاته التي لا تتوقف عن ابتكار الجديد تعبت في ذوق المتلقي وتوجهه إلى حيث شاءت، وحيث المال الوفير لها.

(1) المرجع السابق: 56 .

(2) صورة الإشهارية: 56.

(3) صورة الإشهارية: 61.

د - لم يعد لدي الفرد أو المجتمع القدرة على خلق الذوق أو توجيهه

هـ - الإشهار أصبح متحكماً في آليات التفكير في الفضاء العمومي للفرد؛ أي إنه يسيطر على تفكيره ويوجهه، بل يوجه خياله بشكل عام، فيجعله يحب، أو يكره هذا الشيء، أو الشخص، فالفضاء الذهني للمتلقى ملك للمُشهر .

و- الإشهار متصل في كل مناحي الحياة ظاهرة وباطنة، وتلك خطورته .

5-1: جوهر الإشهار:

إن جوهر الإشهار أبعد من الدعوة إلى شراء منتج، إنه نشاط لا يمكن أن ينظر إليه باعتباره أداة محايدة لا تقوم سوى بوصف منتج عار من كل شيء أمام مستهلك خالي الذهن لا تستثيره سوى الحاجة النفسية التي قد يلبسها. إن الأمر خلاف ذلك، فقد تختفي الغاية الإشهارية ظاهرياً؛ لكي لا يبقى منها سوى ما يشير إلى ملفوظ متوقد يكتفي الملفوظ الإشهاري بوصف وضعيات إنسانية مألوفة يتمهاها معها المتلقي بسهولة وهو في جميع هذه الحالات إنما يقوم باستثارة مجموعة من الانفعالات الإنسانية التي تقوم بدور الدافع الذي يقود المستهلك إلى التخلص من رقابته الذاتية (العقلية) لتفسح المجال أمام الفعل لكي يمارس، داخل فرجة الشراء، انفعالات منتقاة بدقة متناهية⁽¹⁾.

هذا العمل هو حقيقة الإشهار، أي الإقناع المخادع الذي يخفي خلفه دور العقل، وتقود القافلة فيه الميول والانفعالات الشخصية، فهو يصنع للإنسان حلمه، باستثارة تلك الانفعالات التي تدفعه للشراء بدون مراقبة من عقله. فإذا فكر كل مشتر أنه واقع تحت تأثير انفعالات خادعة، ربما تخلص منها قبل الإقدام على عملية الشراء. ولكن له رأي آخر فيما هو مقبل على شرائه من تفكير عقلي وتدبر قبل الشراء ! . إن هذه العملية اللاعقلية قادمة من اللاشعور تثير مناطق خفية في النفس الإنسانية؛ تجعل العقل ينفلت من قيوده؛ فينطلق نحو شراء منتج

(1) الصورة الإشهارية: 64.

ما بتلك الدوافع النفسية السابقة؛ كعملية استيهام تسيطر على العقل، وتخدعه .

2-5: لماذا هذا الوصف والتحديد لجوهر الإشهار؟

إن ما نعنيه بجوهر الإشهار هو لب عمله والمقصود منه، وهدفه الأساسي، وكيف يقوم به ليقتل المتلقي على السلعة ما؟ هذا عمله الأساسي، لذا لا نستتكر أي سلوك يصدر من المشهر لوصف سلعته؛ ربما يكون مستهجنا مستغربا لدينا في سبيل تحقيق هدفه الأساسي "الترويج لبضاعته" فله الحق (كما يزعم) أن يستخدم كل هذه الأساليب الإقناعية المختلفة، إنه يهرع إلى عقل المتلقي ليبلغه أو يحيد، لا ليقتله، بل ليدخله في حالة من الغيبوبة، وحالة من الاستيهام؛ فيقبل على بضاعته بدون تفكير .

" إن جودة الشيء لا تصنع شهرته وصيته، ولا تقود بالضرورة إلى تهافت الناس عليه من أجل اقتنائه. إن للعرض دورا أساسيا في ذلك. والعرض في منطق الإشهار وتقنياته لا يتوقف عند المظهر الخارجي رغم أهميته، بل يتعلق بالمناطق الانفعالية التي تستطيع استنفارها ونجاح ذلك مرتبط بنوعية الحاجات التي يوقظها من سباتها أو يخلقها، فالمستهلك لا يشتري منتجا، بل يشتري وعدا كما يقول فانس باكار وهو إحالة ضمنية أيضا على المقولة الشهيرة " كل ممنوع مرغوب فيه " (1) .

مثال: ونذكر هنا مثلا على مدى خداع الإشهار وتضليله واستخدامه معظم الوسائل ليصل إلى هدفه (بيع سلعة - إقناع برأي - وغير ذلك) من القرآن (2) .

قال تعالى: ﴿فَوَسْوَسَ إِلَيْهِ الشَّيْطَانُ قَالَ يَا آدَمُ هَلْ أَدُلُّكَ عَلَى شَجَرَةِ الْخُلْدِ وَمُلْكٍ لَّا يَبْلَى﴾ [طه: 120] .

قال تعالى: ﴿فَوَسْوَسَ لَهُمَا الشَّيْطَانُ لِيُبْدِيَ لَهُمَا مَا وُورِيَ عَنْهُمَا مِن سَوَاتِهِمَا وَقَالَ مَا نَهَاكُمَا رَبُّكُمَا عَنْ هَذِهِ الشَّجَرَةِ إِلَّا أَن تَكُونَا مَلَكِينَ أَوْ تَكُونَا مِنَ الْخَالِدِينَ﴾ [الأعراف: 20] .

(1) الصورة الإشهارية: 66.

(2) ستكون الأمثلة من القرآن الكريم قدر استطاعتي، لأن الهدف من هذه الدراسة هو الإشهار القرآني.

- إن إشهار إبليس الكاذب عن الشجرة المحرمة، تحقق فيه كل قواعد صناعة الإشهار التي أشرت إليها آنفاً، وهي:
- 1- هدف غير معلن: إيقاع آدم في المعصية؛ بالأكل من الشجرة المحرمة.
 - 2- هدف معلن: تحقيق الخلد الأبدي والملك لآدم بالأكل من تلك الشجرة.
 - 3- المتلقي: آدم خالي الذهن عن خداع إبليس وهدفه وراء الأكل من الشجرة.
 - 4- إلغاء العقل: جنب آدم عقله، فلا يفكر في سبب المنع والتحذير من إبليس.
 - 5- الاستيهام: تبع آدم غاية دفيئة أثارها إبليس من داخل آدم: الخلد والملك.
 - 6- إثارة انفعال: أثار إبليس في آدم انفعال الخوف من الموت وخشية الفقر.
 - 7- القيم الإنسانية المعلنة كسبب للإشهار: النصيحة، والقسم بها من إبليس.
 - 8- وسيلة الإقناع: التقرب إليه بالنداء عليه، ثم القسم الكاذب لتحقيق هدفه.
 - 9- وسيلة إقناع لغوية: الاستفهام (هل) والفعل (دل) ليوحي أنه دليل وهاد.
 - 10- توظيف صفة النسيان: نجح إبليس في خداع آدم، فجعله ينسى أمر ربه.
 - 11- إثارة الرغبة الدفيئة: أَوْهَمَ إبليس آدم أن رغبته في الخلد والملك تتحقق بالمعصية .
 - 12- إثبات كذب إبليس علي آدم: هل تحقق وعده بالخلد والغنى الدائم لآدم؟! لا، ولهذا ثبت كذبه .
- ليسأل سائل ماذا ينقص آدم في جنة عدن التي أحياء الله فيها؟!
لماذا صدق آدم وعد إبليس، ونسي وعد الله ووعيده؟!
لأن وعد الله تحقق أمامه من عدم الجوع والعطش والعري، أمّا وعد إبليس فمرتبط بمجهول بالنسبة له، وقد كان شغفه برؤية المجهول أقوى من التمتع بالموجود، وتلك طبعتنا بشرية؛ ورثناها عن أبينا آدم

عليه السلام، فشغفنا بالمجهول (ولو كان مخادعا) أكبر من شغفنا بالواقع الجميل الملموس .

إن الإشهار ليس علما جديدا، رغم كل التطورات التي به، وأساليبه وتقنياته العالية، فهو حصيلة ثقافة إنسانية وتراثها؛ نفعله منذ آدم عليه السلام بتوجيه خفي من إبليس؛ ونقع فيه وحدنا، فما عقل المشهر إلا نسخة أخرى من عقل المتلقي، ولذلك يوجهه كما يوجه عقله هو من خلال ميوله ورغباته الدفينة، وكان على المتلقي ألا ينخدع بكلام المشهر، لكنه قد يقع في تلك الشباك التي يصنعها له أخوه في الإنسانية كما وقع أبوه آدم .

6 - الإشهار والحضارة:

الإشهار مرآة للحضارة الإنسانية، تنعكس عليها أفكار ومعتقدات وأنساق التفكير الإنساني، لكنه مع ذلك قادر على مدنا بمجموعة من المعطيات التي قد تمكننا من تسليط المزيد من الأضواء على الجوانب الغامضة في الكائن البشري، فمن خلال الإشهار وتقنياته وقيماته؛ نستطيع قياس درجة وعي الشعوب ودرجة تحضرها. بل يمكن التعرف على طابوحتها ومحرماتها ومناطق التقديس عندها (1).

6-1: أثر اختلاف الحضارات في الإشهار وتنوعه:

يتضح اختلاف الحضارات بثقافتها في الإشهار المقدم للبيئات والمجتمعات المختلفة. ويكفي للتأكد من ذلك مقارنة الإشهار الذي تبثه وسائل إعلامنا لإدراك ذلك فهناك فرق كبير بين الإشهار المترجم الذي يعكس في واقع الأمر حالة حضارية غريبة عنا، وبين الإشهار المحلي الموجه للأهالي . يراد من الأول تأكيد عالمية المنتج، وكونية القيم المرتبطة به، أما الثاني فمحلي ولا يستجيب سوى لحاجات كائن قاصر، كما يراد له أن يكون (2). عالمية الإشهار تشير إلى عالمية المنتج، أما الجانب المحلي فيفرض نفسه على المنتج العالمي بكل القيم الخاصة بهذا المجتمع، التي ترتبط بحضارته وثقافته، فيمنع في الأجهزة الإعلامية المحلية كلها الإشهار عن الخمر، لأن عقيدة هذا المجتمع الدينية تحرم شرب الخمر، لكنه يعد إشهارا عاديا يشرب يوميا في مجتمعات أخرى، كذا استخدام جسد المرأة في الجانب المثير

(1) الصورة الإشهارية: 75.

(2) المرجع السابق: 75.

منه للإشهار عن سلعة نسائية؛ يُمنع في مجتمعنا للسبب السابق، وكذلك الإشهار عن التدخين بكل أنواعه .

6-2: الإشهار الثقافي:

فالفعل الشرائي أساساً فعل ثقافي في المقام الأول.. فإن هذا العمل لا يمكن أن يفهم إلا في ارتباطه بالخطابات الثقافية التي تُوَطر السلوك الفردي، وتحدد له مراميّه وتوجهاته الخفية منها والمعلنة. وبعبارة أخرى، إن الأمر يتعلق بالبحث في الفعل الفردي ذاته عن الدوافع المحددة للسلوك الشرائي الجمعي، أي ما يطلق عليه (اللاشعور الثقافي) الذي يعتبر التكرار له والكفر به؛ خروجاً عن القيم التي تحدد هوية الفرد الحضارية وتشده إلى مجتمعه وثقافته، بل تشده إلى ما هو أبعد من ذلك، فهي تشير لماضٍ نفسي موعغل في القدم. السلوك الإنساني ليس دائماً فردياً⁽¹⁾ .

الفصل الثاني

الإشهار والتواصل

إن أبهى صور التفاعل بين الناس يكمن في ما تقوم عليه الحياة من أشكال التعامل والتشارك.. وعندنا مع الخطاب الإشهاري أن مدار الأمر هو الإقناع والالتحام والنجاح في التواصل والإبلاغ، وذلك بوسائل مختلفة. من قبيل هذه الوسائل في العصر الحديث، مختلف وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة⁽²⁾ هذا التواصل بين الناس يتم من خلال اللغة، والإشهار أحد وسائل اللغة المستخدمة لتحقيق التواصل بينهم؛ لأن الإشهار مندرس في حياتنا اليومية، هو سلوك متغلغل في حياتهم ولا ينفك أحد منهم إلا أن يتفاعل ويتعامل به ضمن أعماله الحياتية فهو عملية تواصلية تتحرك ضمن محيط إنساني، يستعمل لذلك كل وسائل الاتصال الإنساني من كلمة وصورة ورموز

(1) سميانية الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثيلات الثقافية، سعيد بنكراد، أفريقيا الشرق - المغرب 2006م، ص10.

(2) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 249.

في أفق التأثير على المتلقي/ المستهلك، والدفع به إلى اقتناء منتج ما(1)

لقد دخل الإشهار حياتنا بحجة تلبية حاجات ظاهرة وباطنة في نفوسنا وكذلك دخل من باب التواصل بين البشر والتعارف وتبادل المنفعة، فكل من البائع والمشتري والمفكر والسياسي والمتلقي ؛ بينهم منفعة مشتركة تفرض عليهم التواصل فيما بينهم، إن التواصل بأشكاله وأدواته هو البوابة لفهم تقنيات الإشهار... فالتواصل حاجة إنسان أولية، وليس مضافا عرضيا يمكن الاستغناء عنه، إنه ليس اختيارا، بل إكراه اجتماعي يتعلم الفرد من خلاله كيف يتأقلم مع قوانين المجتمع ومقتضياته ؟ فكما لا يمكن الحديث عن الإنسانية إلا من خلال وجود مجتمع (ايكو)، فإن الحديث عن المجتمع لا يمكن أن يتم دون الحديث عن نشاط تواصل يمكن الأفراد والجماعات من إشباع حاجات لا يمكن أن تُسبغ اعتمادا على مجهودات الفرد وحده... فالتواصل جزئية حياتية تتخلل كل مناطق الوجود الإنساني"(2)

لقد وصل الإشهار إلى هذا الحد من الضرورة الإنسانية لارتباطه بعنصر هام ضروري لحياة الإنسان، وهو التواصل، فالإشهار حالة من حالات التواصل الفعّال، فهو منتج الواقعة و طرفها الأسمى، لذلك يقول ما يشاء وفق ما يتوهم الناس أنهم في حاجة إليه، بل إن الإشهار ضرورة اجتماعية لبقاء المجتمع، فالتواصل ليس نشاطا فرديا لا يدرك إلا ضمن حاجات الفرد المنعزلة، بل هو سيرورة اجتماعية تعتمد سلسلة لا حصر لها من الأنساق التي تختلف في التحقق من ثقافة إلى أخرى، ولكنها تعد في الجوهر تعبيراً عن مضامين إنسانية واحدة، لأن الإنسان كائن اجتماعي بطبعه .

1- أشكال التواصل وأدواته:

التواصل فعل بديهي تلقائي بين الناس تفرضه ضرورة الوجود الفعلي الاجتماعي للإنسان هو حالة من التبادل الاجتماعي النفعي الضروري الذي لا يمكن أن تقوم للحياة قائمة بدونه، ونحن نراه ونمارسه كل يوم.

وهناك تواصل مصطنع يُصنع لتوجيه سلوك الآخرين، والتحكم بردود فعلهم من خلال خلق حالات من الأنماط السلوكية المستجيبة

(1) المرجع السابق: 73.
(2) الصورة الإشهارية: 7، 11، 12.

لحاجات بعينها إنه تواصل موجه يصنعه أصحابه، لتحقيق غرض ما، هو توجيه الآخرين نحو فكرهم وعقيدهم وتجارتهم، وهم يستخدمون لتحقيق هذا "كل الأساليب الحديثة في التواصل منها الدعاية السياسية والتوجيه الديني، والتكوين الإيديولوجي، والإرساليات الإشهارية، وكل البرامج التلفزية، والإذاعة، التي تعد في الدول المتخلفة لسان السلطة، وأداة التضليل عندها، بل برامج التعليم كلها لا يمكن النظر إليها إلا باعتبارها سلسلة من الحلقات التواصلية التي تتخذ شكل التلقين"⁽¹⁾.

هذا هو التواصل وتلك أشكاله، فكل عمل يتعمده الإنسان لتوصيل فكره (السياسي أو الديني أو التجاري) إلى الآخرين هو تواصل مصطنع، يدخل ضمن أنواع هذا التواصل الإشهاري فتتحقق كل صفات التواصل المصطنع من تعمد صناعته، ووجود غرض ما لصناعته تم فيه، فنجاح هذا الغرض يكون بنجاح هذا الإشهار في التواصل مع الآخرين بتوصيل رسالته إليهم .

2-1 : التواصل والأخلاق:

تقوم العلاقة بين أفراد المجتمع علي عملية تواصل بينهم لتحقيق غرض ما، لهذا الأمر تبعاته من فرض قيود خاصة عليهم صنعتها طبيعة هذا الاجتماع بين الناس (قوانين تحكم المجتمع، وحكومة تسيير شئونه وقواعد أخلاقية خاصة به غالبا ما تختلف في بعض المجتمعات) تغطي هذه القوانين والقواعد الأخلاقية علي عملية التواصل، وعلي صناعة الإشهار .

1-3 : أنواع التواصل:

التواصل، شأنه شأن الأخلاق، ليس نشاطا فرديا لا يدرك إلا ضمن حاجات الفرد المنعزلة، بل هو سيرورة اجتماعية تعتمد سلسلة لا حصر لها ولا عد من الأنساق التي تختلف في التحقيق من ثقافة إلى أخرى، ولكنها تعد في الجوهر تعبيراً عن مضامين إنسانية واحدة، إن التعرف على العوالم الأخلاقية للآخر، وإدراك خصوصياتها رغبة في تفسير رد فعله لا يمكن أن يتم إلا من خلال حالات التبادل⁽²⁾ .

إننا أمام حدث اجتماعي يتجه إليه كل أفراد المجتمع، ليس من باب التواصل فحسب - كما ذكر بنكراد - و لا من باب تلبية حاجات أساسية

(1) الصورة الإشهارية: 19.

(2) الصورة الإشهارية: 12.

لكل من البائع والمشتري، إنها عملية تواصل أبعد من ذلك، فهي تعرفنا على الأنساق الثقافية لشعوب كل منتج يمثل بلدا وشعبا وثقافة وسلوك الأفراد وأخلاقهم، وتبسيطا للصورة؛ فكل متكلم يصنع بكلامه دعاية لنفسه وفكره وثقافته، فالمعلن عن الدين أو الآراء السياسية أو الحزبية؛ لا بد أن ينمق من حديثه ليقنع الآخر، وليقدمه في أحسن صورة، كما في قوله تعالى عن نبيه: ﴿قَدْ جَاءَكُمْ مِنَ اللَّهِ نُورٌ وَكِتَابٌ مُبِينٌ﴾ [المائدة:

15] فهل بعد نور الله شيء يتمناه الإنسان ! لماذا وصف الحق نبيه بالنور ؟ لأنه كان (عليه الصلاة والسلام) كذلك، ولأن النور شيء يُجمع الناس على عظمته، كذلك يكون الإشهار الذي يدخل ضمن آليات إقناعه الأنساق البشرية التي يتفق عليها كل البشر .

1-4 : أدوات التواصل:

يستخدم التواصل لتحقيق أغراضه أدوات نذكر منها:

أ - المقام اللفظي: يتخذ اللغة وسيلة للتعبير عنه .

ب - إيماء: يعتمد علي أعضاء الجسم في التعبير لخلق حوار مع الآخر.

ج - اجتماعي: يستخدم الطقوس والعادات وردود أفعال الجماعة والفرد .

د - العلاقة بين الطبيعة والفرد: فوجود هالة حول القمر تعنى قدوم المطر.

هـ - مادي: كوجود العمران وتنظيم الفضاءات دليل علي الحياة النابضة.

كل هذه الأدوات يوظفها الإشهار ضمن نصه للوصول للمتلقي وإقناعه .

2- تاريخ الإشهار:

مع الثورة التقنية والعلمية والتكنولوجية بعالم الإشهار؛ قد يظن بعضنا أن الإشهار وليد الحضارة المعاصرة فقد كان هناك في تاريخ التبادل التجاري ما يثبت أن الإنسان في رحلته الطويلة بحثا عن وسائل العيش وتحسينها لم يعدم وسيلة من أجل الدعوة إلي شيء يريد بيعه أو شراءه، أو استبداله بشيء آخر، هو ما يعني أن الإشهار باعتباره إغراء تجاريا قديم قدم الكتابة ذاتها، فقد عثر في بابل علي كتابات يمتد تاريخها لخمسة آلاف سنة تمجد منتج أحد الصناعات، وتعلي من شأنه.

وقد ازدهرت في الأسواق الصينية في القرن الثامن قبل الميلاد، في عهد إمبرطورية زهو، حركات إشهارية كانت تقدم علي شكل أنغام معزوفة على الناي... أثبتت تجار بونبي أنهم ليسوا أقل قيمة من غيرهم في هذا الميدان، فصاغوا وصلات إشهارية ذات بنية حجاجية بالغة الدقة.. وتشير إلى أسلوب إقناعي ذي بنية منطقية صريحة (1).

يقول عبد الله بن عتو: " ليس الإشهار أو الدعاية خلقا شرقيا أو غربيا فهو قديم قدم التواصل البشري باللغة والحركة والرمز " (2).

فهل هناك حياة بين البشر بدون تواصل باللغة والحركة والرمز؟! .

1-2 : أول إشهار في تاريخ البشرية:

قول بنكراد يمتد بتاريخ الإشهار إلى القرن الثامن قبل الميلاد، لكنني أزعم أن تاريخ الإشهار يمتد إلى ما قبل ذلك؛ فهو يمتد إلى ما قبل التاريخ نفسه، وذلك بالإشهار الذي ورد في القرآن الكريم؛ من دعوة إبليس آدم للأكل من الشجرة المحرمة في قوله تعالى: ﴿فَوَسْوَسَ إِلَيْهِ الشَّيْطَانُ قَالَ يَا آدَمُ هَلْ أَدُلُّكَ عَلَى شَجَرَةِ الْخُلْدِ وَمُلْكٍ لَّا يَبْلَىٰ﴾ [طه: 120]، فهو إشهار يقوم علي بنية حجاجية دقيقة، وأسلوب إقناعي ببنية منطقية واضحة، فيجب ألا ننظر إليه كإشهار كاذب (وهو كذلك) فحسب لكن إلى تقنياته الإقناعية العالية، فقد أقامه إبليس علي :

- 1- الوعد: تقديم وعد بالخلود والملك الدائم، وأكده بالقسم المغلظ .
- 2- عنصر إنساني: هو تقدم النصيحة دون مقابل؛ والقسم علي ذلك

3- الخداع: (فدلّاهما بغرور) أي رفق بهما ودارهما، وصانعهما (3)

4- الإلحاح بتكرار قوله: (وسوس) وهي خطرة رديئة (4) الصوت الخفي (5)

5- الحوار التداولي: البدء بالسؤال وتوجيه الخطاب لآدم ليشعره بأهميته .

: النداء عليه لتقريبه إليه .

(1) الصورة الإشهارية: 46.
(2) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 251.
(3) المعجم الوسيط: 295.
(4) المفردات في غريب القرآن: الراغب الأصبهاني، مكتبة الأنجلو المصرية، 1970م، ص 819 .
(5) المحكم والمحيط الأعظم: 355 / 8.

- : ذكر اسمه في النداء للتودد إليه .
- 6- تضيق دائرة السؤال: باستخدام الأداة (هل) لتكون الإجابة: بنعم أو لا .
- 7- الحاجة الشديدة له: فهو الدليل، ولا دليل سواه لأدم، بقوله: هل أدلك؟ .
- 8- تغييب العقل: فنسي تحذير الله؛ من عداء إبليس له، وعدم قرب الشجرة .
- 9- التماهي والاستيهام: بإثارة رغبة دفينه لدي آدم وذريته (الخد والملك) .
- 10- التركيب اللغوي: إضافة الخلد والملك إلى الشجرة، لتكن مصدرهما .
- 11- الجمع بين الإغراء ومصدره: الإغراء (بخلد وملك) والمصدر (شجرة) .

كل هذه الأشياء توضح مدى نجاح إبليس في صناعة إشهاره وإقناع آدم به، وهو السبيل الذي يسلكه أغلب المشهرين اليوم، كما سنرى .

2-2 : في التراث العربي:

هناك في التراث العربي الإسلامي القديم ما يشير إلى وجود هذا النوع من الدعاية. منها ما تشير إليه حكاية الأعرابي الذي دخل البصرة يبيع ماء فاضطر إلى نظم أبيات شعرية يمدح فيها ماءه، وتضيف الحكاية أن بائعا آخر للماء كان يمشي وراءه وهو يردد: ومائي كذلك، وهو ما يعني أن تجارة الماء كانت واسعة وتحتاج إلى إشهار، دون أن ننسى أيضا حكاية البراح ودوره في الترويج للسلع والخدمات في المدن والقرى والأسواق النائية (1)، وقد أوردت هذا النص كاملا لبنكراد؛ لأضيف إليه ما وجدته من نص إشهاري أقدم في التراث العربي الإسلامي، ما قاله أبو طالب المفضل بن سلمة، المتوفي 291 هـ بكتابه الفاخر، ونقله عنه ابن الأنباري المتوفي 328 هـ في كتابه الزاهر في معاني كلمات الناس :

أ - الفاخر (قولهم: في النداء علي الباقلّي: شرق الغداة طري، أي قطع الغداة، ويقال: شرقت الثمرة، إذا قطعتها) (2) .

(1) الصورة الإشهارية: 47 البراح يشبه والدلالة في المجتمع المصري المعاصر فهي تقوم با دور نفسه.

(2) الفاخر لأبي طالب بن سلمة: الهيئة المصرية للكتاب، 1974م، ص 256.

ب - الزاهر (قولهم: في النداء على الباقلاء: شرق الغداة طري، قال أبو بكر معناه: قطع الغداة، أي ما قطع بالغداة والتقط، يقال: شقت الثمرة: إذا قطعها ويقال: شاة شرقاء: إذا كانت مقطوعة الأذن .
وقولهم: في النداء على الباقلاء: يا باقلاء حار، قال أبو بكر: فيه وجهان: يا باقلاء حارا، ويا باقلاء حار. فمن قال: يا باقلاء حارا أراد: يا هؤلاء اشتروا باقلاء حارا، فحذف الفعل لدلالة المعنى عليه. ومن قال: يا باقلاء حار، أراد: يا هؤلاء هذا باقلاء حار. فحذف هذا لدلالة المعنى عليه (1)، نستخلص من النصين أهم خصائص الإشهار في هذا العصر وهي:

1- قدم عادة النداء على السلعة: موجودة حتى الآن في العامية المعاصرة

2- إظهار محاسن السلعة في الإشهار عنها: نحو (شرق الغداة طري).

3- الطريقة نفسها من النداء على السلعة على مدى قرنين متتاليين.

4- اتفاق الناس عبر التاريخ على صفات واحدة في المنتجات الزراعية: (النضارة - حداثة الحصد من الحقل - استحباب وجود الندى عليها، حتى أنهم في تقليدهم للورد الطبيعي؛ وضعوا عليه قطرات تشبه الندى .

5 - الأسواق بشكلها المعاصر موجودة في أقدم النصوص لدينا بهذا الشكل .

6- تأويل أبي بكر للعبارة على وجهين يوضح أن :

أ - الغاية من الإشهار البيع فقط .

ب - محاولة القدماء إخضاع العبارة العامية لقواعد الفصحى لكي يقبلوها .

ج - كلام أبي بكر المقصود به أصلا التوجيه النحوي للعبارة فقط (تأويلها) .

2- 3: في العامية المصرية المعاصرة:

وقد وجدتُ نصا مماثلا لما سبق من عادة النداء على السلع في مصر بالقرن الماضي في ما ذكره أحمد تيمور باشا في كتابه الكنايات العامية بقوله: (ريان يا فجل) هذا من نداء باعة الفجل عند طوافهم به (2).

(1) الزاهر في معاني كلمات الناس: ابن الأنباري، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1992م، ج2، ص7، 8.
(2) الكنايات العامية: أحمد تيمور باشا، مطبعة الأهرام التجارية ب.ت، ص29.

2-4 : الإشهار الحديث :

إن الإشهار بآلياته وأساليبه في الإقناع والبرمجة والتكيف واستثارة الانفعالات لم يظهر إلا في القرون الثلاثة الأخيرة، وبالتحديد في القرن التاسع عشر عندما أنجزت النهضة الأوروبية الحديثة آخر حلقاته المتمثلة في الثورة الصناعية، وقد ارتبطت هذه الثورة بميزة أساسية هي الوفرة في السلعة والخدمات والأسواق أمام نظام اقتصادي دمر بلا رحمة آخر بقايا " المانيفاكتورات " الصغيرة التي كانت تنتج بضائع محددة لمستهلك معلوم .

وهناك من يحدد تاريخا دقيقا لظهور الإشهار باعتباره نشاطا مستقلا فقد قرر إميل جيراردان (Emyje Girardin) سنة 1836 تخصيص حيز هام من جريدته La Presse للوصلات الإشهارية ومنذ ذلك التاريخ أصبح الإشهار مصدرا أساسيا من مصادر تمويل الصحافة، وهو المتحكم في حياتها، أو موتها... لقد شهدت الفترة المشار إليها حالات الاندفاع الاقتصادي الرأسمالي وظهور الأسواق ذات الاستهلاك الواسع، وسقطت الحدود بين الدول... لقد تحول الإشهار ضمن هذه المعطيات الحضارية الجديدة إلى نشاط تواصل مستقل بآليات خاصة في الصياغة والاشتغال لا يلعب فيها الخبر سوى حيز بسيط⁽¹⁾، هذا هو الإشهار بآلياته الحديثة حيث استعان بتقنيات حديثة نظرا لاتساع مجالاته ووفرة المنتج الذي ينتشر ويبيع في بلاد العالم، لكن يبقى الإشهار القديم بكل آلياته البسيطة في الأسواق الصغيرة والقرى والمدن إلى الآن كدليل على ما كان عليه الإشهار الكبير يوما ما؛ من النداء على السلع ومخاطبتها. ووجود وسيط بسيط يسمى " الدلالة " للبيع بالقسط أو الأجل .

2-5 : الاستفادة من معطيات الإشهار الجديد:

بإعادة النظر إلى الإشهار القديم في ضوء الآليات الحديثة التي (تمزج بين العاطفة والعقل/ تقوم على الإغراء والإغواء/ استدراج المستمع إلى عوالم الاستيهام/ الغاية منه الاستفراد بالمستهلك وتوجيه رغباته وتحديد حاجاته وتنوعها واستبدالها بأخرى)⁽²⁾ .

نجد أن الإشهار القديم يقوم بالشيء نفسه، كما رأينا في :

1- إشهار إبليس: من استنفر حاجات وهمية وخلق حاجات كاذبة بداخل آدم، بإدخال عالم الاستيهام من خلال الشجرة المحرمة، لتحقيق

(1) الصورة الإشهارية: 48.

(2) الصورة الإشهارية: 51.

رغبات دفينة لدى آدم (الخد والمالك) وأعراض خفية لدى المشهر
[إبليس] (إغواء آدم).
2- إشهار الباقلاء: هل قطعت بالغداة فعلا كما يقول البائع؟! أو
كما يقول البائع المعاصر في النداء على الفول الأخضر: بندي الغيط
ياحراتي" (1).

الفصل الثالث

خصائص الإشهار

يتميز الإشهار بمجموعة من الخصائص التي تجعله من أهم وسائل
التواصل الأخرى، ومن بين هذه الخصائص:

1- الغاية:

إن الغاية من الإشهار تحقيق المنفعة من كل سلعة، وهي منفعة:
أ - التجارية: وهي خاصية أساسية في النص الإشهاري، فهو
تجاري في المقام الأول، ولا غاية له سوى حث كل أفراد الجماعة
على الشراء بخلق نمط حياتي قائم على الاستهلاك، باعتباره سبيلا
فرديا وجماعيا .

علي الرغم من الغاية التجارية فإنه لا يكشف عن مضمونها بشكل
مباشر، بل يختفي وراء غايات غير تجارية، نحو الحديث عن "
السعادة " وجعلها تخرق اليومي بأبعاده النفعية والمتعة.
ب - الفكرية: باعتباره أداة نشر للفكر والرأي الحزبي والسياسي
والديني .

(1) أي جاء الفول إلي السوق من الحقل وعليه قطرات ندى الصباح، الغيط: الحقل، الحراتي: الفول
الأخضر.

ج - الخدمية: كخدمات تقدم للأفراد والجماعات، يقوم الإشهار بإقناعنا بها.

1-1 : سرية الغاية:

لا يعلن الإشهار عن غايته، وعن مضمونه التجاري بشكل مباشر من خلال صياغة ملفوظة يدعو صراحة إلى شراء مادة استهلاكية ما، إن الاختفاء وراء غايات أخرى غير الغايات التجارية، هو المدخل الأساسي نحو بلورة صيغ تواصلية لا تكتفي ببيع المنتجات، بل تقوم بالترويج لنمط حياتي مشروط باستعمال مادة بعينها (1).

إن الإشهار بذلك يحقق أكثر من غاية في عمل واحد، فهو يروج لساعة وفكر ولأسلوب حياة يتطلع إليها المتلقي، ويحاول أن يحققه، ولو للحظة هي عمر الإشهار الذي يتلقاه .

2- التحكم في الذوق العام وخلق حاجات جديدة:

إن الإشهار إلى جانب عرضه لأنماط جديدة للحياة فهو يخلق حاجات جديدة في نفس المتلقي، وتوجيه ذوق المتلقي لما يريد فالذوق لم يعد كما كان قديما قضية مرتبطة بتقدير الفرد أو قضية اجتماعية بل أصبح شأنا تحده مراكز القرار في الشركات المتعددة الجنسيات، إنه يحدد للإنسان شكلا من أشكال حضوره خارج لحظات الحميمية (2)، لقد أصبح الإنسان دمية تحركها تلك الشركات، قد أصبح الإنسان ذاته آلة قابلة للبرمجة المستمرة خارج محدداته الأولية باعتباره كائنا انفعاليا أصبح المنتج هو صانع الحاجات لا العكس (3) بل إن المشهر يعتبر المتلقي حيوان تجارب فيتعامل مع إنسان باعتباره مجرد حيوان تطبق عليه كل أساليب الترويض والتحكم الأني (4).

2-1: خلق الحاجات:

تقوم الشركات بخلق حاجات في نفس المشتري فأصبح ترويج البضاعة متوقفا على تحفيز شهوة الزبائن في الاستهلاك، بل لقد سعت الرأسمالية في مراحلها الأخيرة وعبر كل أشكال الإغراء إلى خلق حاجات وهمية للإنسان أي الحاجات الزائفة مقابل الحاجات الأولية (5) الآلة الرأسمالية تسعى جاهدة إلى تطويع الإنسانية، وإرغامها على

(1) الصورة الإشهارية: 107.

(2) المرجع السابق: 6.

(3) المرجع السابق: 24.

(4) المرجع السابق: 5.

(5) استراتيجية التواصل الإشهاري: 38.

استهلاك بضائعها بغض النظر عن إمكاناتها وحاجاتها الحقيقية، وضرورة البضاعة المعروضة... إذا كنا نميز في الحاجات بين حاجات طبيعية وأخرى مصنعة إضافية بسبب التقدم الحضاري (1) لم تكن دائما الحاجة الزائفة موجودة بسبب التقدم الحضاري كما يقول بنكراد، بل ربما بسبب الإغواء والتضليل، هل التقدم الحضاري كان السبب في خلق حاجة زائفة لدى آدم ليأكل من الشجرة المحرمة عليه؟ إنها رغبة إبليس في الإغواء آدم .

3- الإغراء والإغواء:

لم تكن وسيلة البيع وترويج السلعة دائما الإقناع، بل إن الإغراء والإغواء كانتا وسيلة مصممي الوصلات الإشهارية لاستدراج المتلقي إلى عوالم الاستيهام لا مجرد مدح لخصائص المنتج، الغاية من الإشهار هي الاستفراء بالمستهلك وتوجيه رغباته وتحديد حاجاته، وتنوعها واستبدالها بأخرى، ضمن دورة استهلاكية لا يمكن أن تتوقف عند حد بعينه (2)

ولهذا كان الإشهار في جزء كبير منه يخاطب المناطق التي تستوطنها الاستيهامات، وتقتضي استفراا للطاقات الانفعالية الكامنة بذات المستهلك بتحييد العقل أو تعطيله، ولذا ظهرت ثلاث استراتيجيات للإشهار هي:

1- الأولى: تستجد بعقل المتلقي وذكائه؛ فتقدم صلة من طبيعة إخبارية

2- الثانية: من طبيعة آلية تهدف إلى استفرا المتخيل الاستهلاكي من خلال الشعور والتكرار .

3- الثالثة: من طبيعة إيحائية ترى أن السبيل إلى وجدان المستهلك لا وعيه؛ فاللاوعي هو خزان الصورة النمطية التي تدفع إلى الاستهلاك في غياب شبه كلي للرقابة العقلية (3)

السؤال الآن: هل نجحت هذه الوسيلة في تحقيق غرض الإشهار بالبيع؟! .

لقد ورد نص قرآني اتبع هذا الأسلوب من إثارة المناطق الانفعالية داخل النفس الإنسانية، وذلك عند ترويج إخوة يوسف لبضاعتهم المزجاة فوضعوا إشهارهم في قالب خاص نجح في جذب المتلقي، قال

(1) إستراتيجية التواصل الإشهاري: 44.

(2) الصورة الإشهارية: 50 وانظر إستراتيجية التواصل الإشهاري: 8 .

(3) الصورة الإشهارية: 81.

تعالى: ﴿فَلَمَّا دَخَلُوا عَلَيْهِ قَالُوا يَا أَيُّهَا الْعَزِيزُ مَسَّنَا وَأَهْلَنَا الضُّرُّ وَجِئْنَا
بِبِضَاعَةٍ مُزْجَاةٍ فَأَوْفِ لَنَا الْكَيْلَ وَتَصَدَّقْ عَلَيْنَا إِنَّ اللَّهَ يَجْزِي
الْمُتَصَدِّقِينَ﴾ [يوسف: 88]، لقد نجحوا بإثارة جانب إنساني انفعالي

داخل يوسف، وهو جانب الشفقة والمسكنة والعطف وطلب الرحمة في
جمل محددة هي: مسنا وأهلنا الضر/ تصدق علينا/ إن الله يجزي
المتصدقين. لم يكن الغرض من هذه الجمل سوى التسويق لتلك
البضاعة المزجاة، وقد وضعوا هذه الجملة (وجئنا ببضاعة مزجاة)
وسط الجمل السابقة؛ حتى كأنها لا تبدو في وسط الجمل الاستعطافية
السابقة، فلا يُتهموا بالكذب في قولهم، بل قاموا بوصف بضاعتهم
مستبقيين بذلك وصف المشتري .

أتت هذه الطريقة نتائجهما بصفح يوسف عنهم وكان أول الصفح
العتاب، لقد هلّل الباحثون والمشهورون لعملهم باكتشاف مناطق إثارة
داخل نفوس البشر لتسويق بضاعتهم، فقالوا: إنها تقنيات الإشهار
الحديثة، وما علم هؤلاء أن إخوة يوسف سبقوهم إلى هذا المجال
الانفعالي للتسويق، إنه المكون العاطفي (الدينامية النفسية) حيث تكون
الغلبة للانفعالات والأحاسيس والتقدير العاطفية للمواقف، إن السلوك
الإنساني وفق هذا المكون ليس دائما واعيا أو عقلانيا، ولا ترتبط ردود
أفعاله بتقديرات موضوعية لوقائع فعلية... إن الأمر يتعلق بأبعاد لا
علاقة لها بالمنطق والتدبير العقلاني⁽¹⁾، هذا ما رأيناه في سلوك
يوسف نحو إخوته رغم فعلهم .

والنهاية ليس غريبا أن ينظر إلى الإشهار في أغلب التوجهات
الإشهارية على أنه يقوم على إغراء أو إغواء وهو ما يعني في جميع
الحالات استدراج المستهلك، من خلال إشباع النفعي، إلى عوالم
الاستيهام⁽²⁾ .

4- الإثارة:

هي إحدى أركان البناء الإشهاري الثلاثة (الإثارة - الميل - الفعل)
فالوصلة التي لا تثير انتباه أحد لا يمكن أن تعد إشهارا. وتتحقق الإثارة
بعوامل هي :

أ - عوامل نفسية - فسيولوجية (شكل . لون . حركة إيقاع) .

(1) الصورة الإشهارية: 77.
(2) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 9.

ب - عوامل من طبيعة نفسية بشرية (الجدة التي تولد الفضول) .
إن الإثارة كأحدى أركان البناء الإشهاري مقدمة أساسية لهذا العمل، وذلك بلفت انتباه المتلقي إلى هذا الشيء الذي سيعلن عنه، وهذه الإثارة قد تكون في شكل من أشكال الإثارة التالية :

1-4 : أنواع الإثارة الإشهارية:

1- السؤال: بطرح سؤال ربما لا علاقة له بموضوع. المثال على ذلك السؤال الذي طرحه يوسف على صاحبيه، فهما يطلبان منه فقط تفسيراً لرؤيتهما، فإذا به يسأل سؤالاً بعيداً عن الموضوع، ولكنه يحقق غرضاً إشهارياً لديه، وهو الإشهار عن الإله الواحد القهار، ولهذا قال لهما: ﴿يَا صَاحِبِي السَّجْنِ أَرَبَابٌ مُتَفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمِ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ﴾ [يوسف: 39] فما علاقة هذا السؤال بطلبهما إلا إثارة انتباههما إلى شيء آخر يريد الإشهار عنه، إنه الله الواحد القهار.

2- قد تكون فتاة جميلة تحتسى ذلك المشروب الذي يُعلن عنه: يستهيم المتلقي معها، ويشعر أنه يحتسى معها، فالذي يحلم به هو الفتاة وليس الشراب، قد يكون مكان الفتاة في الإشهار فنان محبوب أو رياضي مشهور؛ يتحدثان معه.

1-1-4 : مجهولية النموذج:

إن النموذج الذي يعرض على المتلقي في الإشهار لإثارته؛ هو نموذج لفتاة مجهولة، ليطلق بذلك العنان لخيال المتلقي للاستيهام معها أي فتاة يحلم بها، ويُفصّل لها في خياله مقاييس للجمال الذي يحلم به، وثوباً يود أن تلبسه له، وتلك قيمة مجهولية النموذج. ولكن المستهلك الذي تستثيره مفاتن الفتاة التي تعرض المنتج مستهلك سيء، لهذا السبب عادة ما تكتفي الإرسالية بالتقاط لحظة حياتية عادية، تمثل لمجموعة من الشباب في حالة إشراق، وتسقط من خلال هذه اللقطة نموذجاً حياتياً؛ يمثل حالة حياتية مثلى يحلم بالتماهي فيها كل شاب وشابة (1).

يحضرني مثال من كتاب الله تعالى؛ يشهر فيه الحق عن جزاء الذين آمنوا عنده قال: ﴿فَلَا تَعْلَمُ نَفْسٌ مَّا أُخْفِيَ لَهُمْ مِنْ قُرَّةِ أَعْيُنٍ جَزَاءً بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ﴾ [السجدة: 17]، دعنا نفكر ونطلق لخيالنا

(1) الصورة الإشهارية: 211.

العنان حول ما أخفاه الله لعباده من فُرة أعين، إنه قمة الإثارة، حيث يضع كل فرد منا في ذلك الكنز المجهول كل ما يتمناه، إنها (خبئية الله) له، فكيف تكون؟! .

4- 1- 2: معلومية النموذج:

كثيرا ما تستعين الوصلة بمشاهير من عالم الفن أو الرياضة والموسيقى، وهم هنا نموذج للنجاح والنجومية التي يحلم بها كل مستهلك. وفي هذه الحالة فإن النموذج المنتقى يعد في ذاته أداة للإقناع. إنه هنا لكي يكون نموذجا يحتذى به (1). إن فكرة النموذج الذي يحتذى به به تحليل المستهلك منقادا تحت تأثير هذا النموذج نحو المنتج؛ مقتنعا به كافتتاعه بهذا النموذج، بل إنه يستحضره في خياله، ويضع صورته علي جدار غرفته، فيرى في خياله هذا المنتج كلما رأى صورة النموذج، بل يظن بعضهم أن سر جمال وقوة وعظمة النموذج تعود لاستعماله هذا المنتج، وربما لا تكون هذه الصفة فيه .

ويحضرني مثال لقيمة معلومية النموذج في القرآن، من خلال إعلان الله سبحانه عن متاع الجنة على لسان أصحابها، قال تعالى: ﴿و

بَشِّرِ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ كُلَّمَا رُزِقُوا مِنْهَا مِنْ ثَمَرَةٍ رُزِقُوا قَالُوا هَذَا الَّذِي رُزِقْنَا مِنْ قَبْلُ وَأَنْتُمْ بِه مُتَشَابِهًا وَلَهُمْ فِيهَا أَزْوَاجٌ مُطَهَّرَةٌ وَهُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿

[البقرة: 25]

فمعلومية النموذج فتحت الخيال أمام المتلقي؛ ليضع في تلك الجنة كل ما يتمناه من متاع الدنيا في أعظم صورها، فهي (عطية الله) فكيف تكون؟! .

قد يكون مصدر الإثارة عرض المنتج بدون كلام عنه، في حركة طبيعية عفوية له (اعتمادا على الصورة) والمثال على ذلك ما فعلته امرأة العزيز بعرض لسلعتها (يوسف) علي النسوة، قال تعالى: ﴿وَقَالَتِ اٰخْرٰجٌ عَلَيْهِنَّ فَلَمَّا رَاِيْنَهُ اَكْبَرْنَهُ وَقَطَّعْنَ اَيْدِيَهُنَّ وَقُلْنَ حَاشَ لِلّٰهِ مَا هٰذَا بَشَرًا اِنْ هٰذَا اِلَّا مَلَكٌ كَرِيْمٌ ﴿ [يوسف: 31]، لقد نجحت تلك

(1) المرجع السابق: 211.

الإثارة العفوية لاعتمادها على قوة جمال المعروض عليهن، فاكتفت بعرض صورة المنتج دون كلام عنه .

3-1-4: الصورة نموذجاً:

ليست معادلاً بصرياً للفظي، أي رديفاً مضافاً يمكن الاستغناء عنه، إنها آلية خاصة في تلمس وجود المعطى الموضوعي، وهي شكل من أشكال التمثيل الذي يمكن الذهن البشري من تصور وتداول ما يأتيه من محيطه، إنها قابلة للتسنين وفق المحددات السياقية، ووفق المسبقات الفكرية التي قد تجعلها أداة للبرهنة والتدليل والحجاج، فهي أداة للإثارة، أداة للوهم الواقعي وأداة إقناع (1).

هذا النوع الذي يعتمد على الإثارة يمكن أن نسميه بالإشهار الرقيق فهو لا يذكر عن المنتج إلا الجوانب الخاصة بما يمكن أن يثير عاطفة المستهلك وانفعالاته، إنه يتوجه إلى الرغبات الدفينة التي لا ترى باللغة المجردة، إنها تستدعي وضعا تتجسد من خلاله الاستهامات، لذلك يطلق عليه أيضاً الإشهار الإيحائي، فهو يكتفي بالتلميح والإغراء (2).

5- جبروت الإشهار:

إن للإشهار جبروت لا يقف في وجهه مقتضيات الأخلاق بمفهومها الديني والإنساني العام، فكل شيء يمكن أن يستثمر من أجل كسب المستهلك تستوي في ذلك الحكايات والغرائز والأساطير والرموز الدينية وعوالم الفنانين والرياضيين، بل التمايز في اللون والثقافة (3)، فللإشهار جبروت على صاحبه يجعله يكذب ويستخدم الدين والأخلاق والأعراف في سبيل نجاح عمله في إقناع الآخر بصدق إشهاره، وبيع منتج، فهو في أغلب الأحيان كاذب، فهذا إبليس يقسم - كاذباً - على صدقه ونصحه ﴿وَقَاسَمَهُمَا إِنِّي لَكُمَا لَمِنَ النَّاصِحِينَ﴾ [الأعراف: 21]، إنه يستخدم وسيلة إقناع كاذبة، وهي القسم إنه جبروت يقوم على الكذب. وهؤلاء إخوة يوسف يؤكدون لمن اشتراه منهم أنه عبد لهم أبق، وهم كاذبون .

6- الجانب النفسي والاجتماعي:

إن العلاقة بين الإشهار والإنسان علاقة تكاملية، فالإنسان يشعر من خلال الإشهار بالتوافق بينه وبين نفسه ومجتمعه، ولهذا فالتساؤل عن الماهية الحقيقية للإشهار هو في واقع الأمر تساؤل عن الماهية

(1) الصورة الإشهارية: 149.

(2) المرجع السابق: 52.

(3) المرجع السابق: 51.

الوجودية للإنسان ذاته، لا من حيث هو هوية نوعية قارة (الانتماء إلى الفصيلة) بل من حيث هو بنية نفسية اجتماعية رمزية دائمة التحول، فالإنسان واحد في ذاته، لكنه متعدد من حيث بنائه النفسي والاجتماعي، فالكينونة تتحقق من خلال واجهات متعددة، إنها خاضعة في ذلك لمؤثرات التاريخ والجغرافيا والانتماء الثقافي واللغوي والتصنيف الطبقي والسن والجنس⁽¹⁾، فالإشهار يتعامل مع الإنسان على أنه مجموعة من المؤثرات التي تحركه منها: الاجتماعي والنفسي والثقافي واللغوي، هذا ما يدفع الإشهار إلى أن يتغير ويتلون في كل يوم، وهو خاضع لتلك المؤثرات الاجتماعية والثقافية والنفسية. إن الإشهار يمثل حالة من حالات التواصل الاجتماعي الذي يكف الفرد داخله عن التصرف كحالة مفردة قابلة للانكفاء على ذاتها، لكي يصبح تجسيدا لدور اجتماعي لا يمكن فهمه إلا من خلال النموذج الثقافي العام⁽²⁾.

التواصل الاجتماعي الذي نعنيه في الإشهار هو ارتباط الفرد برأي وذوق الجماعة، وعدم رغبته في الانفراد بالرأي أو مخالفة ما حوله من الناس في الذوق العام مثلا، فالاستهلاك في عمقه ليس سلوكا فرديا، فهو لا يحتكم إلى قناعات الفرد القادر على بلورة رغبات يمكن التعاطي معها في انفصال عن المحيط الاجتماعي، إن الاستهلاك بالإضافة إلى كونه إشباعا لحاجة، هو نوع من الرقابة الاجتماعية التي تشتغل كضابط صارم لكل محاولات الانزياح عن النموذج السلوكي الذي تبلوره الجماعة وتهتدي به. فالاختيارات الأساسية للمستهلك؛ هي في نهاية الأمر قبول أو رفض لأسلوب حياتي خاص بثقافة بعينها⁽³⁾.

إن الفرد يتحرك نحو ميوله ورغباته في إطار حصن كبير صنعه له قانون مجتمعه، فهو يختار له سلوكه ويحدد له كلامه وملابسه وأفعاله، لهذا قالت العامة (كُلْ ما يعجبك وألبس ما يعجب الناس) فهو رغم حريته كفرد إلا أنه محاصر بالذوق العام للجماعة. لكي نستفيد من هذه الخاصية الكبرى الاجتماعية للإشهار وما تفرضه تلك الخاصية على كل أفراد المجتمع من قيود وذوق خاص؛ يجب دراسة سلوك وعادات وميول المجتمع الذي سيقدم له هذا المنتج.

(1) الصورة الإشهارية: 72.
(2) إستراتيجية التواصل الإشهاري: 10.
(3) إستراتيجية التواصل الإشهاري: 9.

وقد تُوقَّع هذه الدراسة المشهر الذي يعتمد عليها دون تدقيق في هذه المشكلة التي تصل إلى حد الفضيحة لذلك المشهر، فقد لاحظت بعض الشركات الأجنبية التي تقدم المنتجات الغذائية للمجتمع المسلم؛ اختيار هذا المجتمع للحوم التي تدبج حسب الشريعة الإسلامية؛ فكتبت على صناديقها التي تصدر فيها الأسماك للمجتمع المسلم عبارة " ذبح حسب الشريعة الإسلامية " وهنا يبدو عدم الإدراك بأحكام تلك الشريعة .

الإشهار ليس استجابة لحاجة فردية، بل هو الصيغة الجماعية التي يتعرف فيها كل فرد علي ما يوهمه بالتفرد⁽¹⁾، ولذا فالمعلن لا يتعامل مع الفرد، بل مع الجماعة والمجتمع متمثلاً في صورة الشخص الذي في الإشهار، فهو ممثل الجماعة، والمجتمع يفرض ذوقه وعاداته، وسلوكياته على صانع الإشهار، وهي ما يتبعه كل فرد في المجتمع، ويصنعه كل مشهر، فيظن كل فرد أن هذا الإشهار يخاطبه هو، مما يوهمه بالتفرد .

مثال: لقد أدركت بعض شركات صناعة السمن الصناعي هذه الملاحظة، وهي عادة المجتمع المصري من الميل إلى السمن الطبيعي المستخرج من لبن الأبقار في الريف المصري بما يعرف بالسمن الفلاحي، فوضعت في سمنها الصناعي مكسبات الطعم والرائحة الخاصة بهذا السمن الفلاحي، وأعلنت في إشهارها عن سمنها عبارة (بطعم ورائحة السمن الفلاحي) مما دفع أبناء المجتمع المصري ممن يحبون هذا النوع من السمن إلى شرائه، لقد نجحت الشركة في الاستفادة من ذوق وميول وعادات المجتمع في تسويق سلعتها .

إن الإشهار هو في المقام الأول استنفار لطاقات انفعالية مبهمه داخل الذات المستهلكة وتعتبر القدرة علي استمالة هذه الانفعالات إحدى الوسائل الأساس لنجاح إرسالية الإشهارية، فالإقتصار على الدعوة الصريحة إلى الشراء، معناه جهل باليات اشتغال شعور الإنسان ولا شعوره؛ لأن فعل الشراء ذاته تتحكم فيه مجموعة من النمطية الثاوية في الدهاليز المظلمة للاشعور وهي التي تملئ شروطها لحظة الشراء، وتدفع المستهلك إلى اقتناء هذا المنتج دون ذلك... وعلي هذا الأساس، فإن ما تقدمه الإرسالية الإشهارية ليس منتوجاً، إنه انتماء إلى قيم تحدد للفرد وضعا اجتماعياً يميزه عن الآخرين أو يوهمه

(1) المرجع السابق: 9.

بذلك⁽¹⁾. إن هذه القيم وهذا الوضع الاجتماعي للفرد توهمه بتفردده عند اقتناء هذه السلعة، لكن هذا الأمر خادع له؛ كما خدع إبليس آدم بإشهاره الذي أوهمه بتفردده وتميزه بالخلد والملك بأكله من هذه الشجرة المحرمة.

6-1 : قيمة الإشهار النفسية:

الإرسالية الإشهارية تساعد على تخلص المنتج من نفعيته ووظيفته لتحوله إلى حلم وجمال ورؤى سحرية، وهي تحول الأشياء الاستعمالية النفعية إلى أدوات للفرحة والابتهاج، إنها تخلص الأشياء من بعدها النفعي، وتحولها إلى حامل لقيم " المسرة " و " المحبة " والتصالح والطمأنينة والذكاء⁽²⁾.

إنها توحى للمتلقي بروح المحبة والحرص على مصلحته والإخلاص له (وَقَاسَمَهُمَا إِنِّي لَكَمَّا لَمِنَ النَّاصِحِينَ)⁽³⁾ فهل بعد القسم وإعلان الإخلاص في النصيحة شيء؟! .

7- الإشهار والكذب:

لقد نجح الإشهار - غالبا - في إقناع الآخرين بسلعته لما يكسو به نفسه من الكذب والزيّف، وبما يوحي به إلى متلقيه، من أدلة عقلية ونفسية للإقناع، إنه يستعمل أيضا نوعا معينا من المتلقين لتحقيق نجاح لفكره، وأغراضه التجارية.

فالخطاب الإشهاري يشكل اليوم سلطة تثيرنا وتستهوينا وتغير قيمنا وأذواقنا واختيار اتنا؛ انطلاقا من كل هذه المعطيات تتحول الإرسالية الإشهارية إلى أسطورة⁽⁴⁾.

إن هذا الزيّف والتضليل ينجح في الإشهار؛ لأنه يجد من يؤيده من عامة الناس، وهم السواد الأعظم من المجتمع. ولهذا يحقق الإشهار نجاحا لديهم، فالمشاهد العامي لا يحلل عادة ولا يناقش ما يسمع أو يشاهد.

لكنه يستهلك ويلتهم ويقلد ببساطة؛ لأنه لا يتعامل مع الإرسالية الإشهارية كنسق سمبولوجي لكن كنسق استقرائي⁽⁵⁾ يعتمد على استقراء النتائج من الآخرين .

(1) سميانيات الصورة الإشهارية: ص9/8.

(2) المرجع السابق: 9.

(3) الأعراف: الآية 21.

(4) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 99.

(5) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 262.

لكنه في نهاية الأمر ينكشف هذا الكذب، فهناك منتجات إشهارية تعتمد الإقناع العاطفي أو الإقناع العقلي، وإن كانت تقود في نهاية الأمر إلى نوع من التخليط، خاصة حين يتعلق الأمر بمنتج يغالب، أو يقهر الزمن (منتجات ضد التجاعيد/ الشيخوخة/ التجميل/ النحافة)... فهذه تغليطية؛ لأنها تقوم علي إدعاءات لا علي إثباتات، مادامت لا تقدم، أي دليل علمي على صدق ما تدعيه خاصة وأن إجراءاتها سرعان ما تظهر محدوديتها، وإن بعد تسويقها وترويجها⁽¹⁾ وقد انكشف كذب إبليس سريعاً، فقال ذكر الحق سرعة انكشاف كذب إبليس في مواضع منها:

قال تعالى:

﴿فَأَكَلَا مِنْهَا فَبَدَتَ لَهُمَا سَوْآتُهُمَا وَطَفِقَا يَخْصِفَانِ عَلَيْهِمَا مِنْ وَرَقِ الْجَنَّةِ وَعَصَى آدَمُ رَبَّهُ فَغَوَى﴾ [طه: 121] .

وقال تعالى:

﴿فَدَلَّاهُمَا بِغُرُورٍ فَلَمَّا ذَاقَا الشَّجَرَةَ بَدَتَ لَهُمَا سَوْآتُهُمَا وَطَفِقَا يَخْصِفَانِ عَلَيْهِمَا مِنْ وَرَقِ الْجَنَّةِ وَنَادَاهُمَا رَبُّهُمَا أَلَمْ أَنْهَكُمَا عَنْ تِلْكَ الشَّجَرَةِ وَأَقُلُّ لَكُمَا إِنَّ الشَّيْطَانَ لَكُمَا عَدُوٌّ مُبِينٌ﴾ [الأعراف: 22] كرد فعل سريع للمعصية هو كشف ستر العورة والفضيحة .

(1) استراتيجيات التواصل الإشاري: 257.

الفصل الرابع

وسائل التعبير الإشعاري

يستخدم الإشهار وسائل مختلفة للتعبير عن ذاته، وهي تشمل المنطوق والمكتوب والصور والخيال والتمثيل الذهني، وهو خطاب إشعاري يستعمل اللغة والموسيقى والإيقاع والصورة؛ لمداعبة خيال

المتلقي، والتأثير عليه لانتقاء المنتج وترسيخ سلوكيات ما، وكذا تتشكل الإرسالية بتفاعل ما هو لغوي مع ما هو بصري، وبهذا ينقسم الإشهار إلى: إشهار لغوي يستخدم اللغة فقط، وإشهار بصري يعتمد على الصورة وحدها، وإشهار بصري لغوي يعتمد عليهما معا .

1- الإشهاري بالصورة:

إن الصورة هي نص، وككل النصوص تتحدد باعتبارها تنظيمًا خاصًا لوحدات دلالية متجلية من خلال أشياء أو سلوكيات أو كائنات في أوضاع متنوعة إن التفاعل بين هذه العناصر وأشكال حضورها في الفضاء والزمان يحدد العوالم الدلالية التي تحيل بها الصورة "إمكانيات الصورة"، فالصورة خلافا للنص الذي يتوسل باللغة في إنتاج مضامينه لا تستند في إنتاج دلالاتها إلى عناصر أولية مالكة لمعان سابقة (الكلمات مثلا) وإنما تستند إلى تنظيم يستحضر الأسنن التي تحكم هذه الأشياء في بنيتها الأصلية .

ويقدم بارث في هذا المجال مثلا بالغ الدلالة. فمن صورة تمثل لرجل مستلقي على أريكة يقرأ جريدته تحت ضوء خافت يستخرج المدلول التالي: **(لحظة استرخاء)** .

إن هذا المدلول هو نتاج تأليف لمجموعة من المدلولات التوسيطية التي تحيل عليها بشكل منفصل الدوال المشكلة للصورة. فالأريكة لا تشبه الكرسي فالكرسي للعمل أما الأريكة فلراحة، والضوء الخافت على عكس الضوء الساطع، يريح الأعصاب ويهدئها، والجريدة تختلف عن الكتاب، فالكتاب يوحى بالجدية، أما الجريدة لتزجية الوقت، فدلالة الصورة في ضوء هذا، ليست معطاة بشكل سابق على التنظيم الذي يطال العناصر التي تؤنثها، فهذا التنظيم يولد المعنى من حيث إنه يرد هذه العناصر إلى بنيتها الأصلية. فبالعودة لهذه البنية يتم الكشف عن الأبعاد الدلالية الجديدة داخل الصورة (1) .

هذا القول يوضح قيمة الصورة وحدها في توليد دلالات مختلفة وقدرتها على التعبير التي تفوق قدرة اللغة - أحيانا - فقد استطعنا أن نولد من تلك الصورة كثيرا من المعاني التي تعاونت في صناعة معنى واحد هو عنوان الصورة " لحظة استرخاء " .

ولدينا في النص القرآني صورة يمكن أن نسميها " تكريم الحکم " تعاونت أجزاء الصورة كلها في صناعة هذا المعنى، وهي في قوله

(1) سميائيات الصورة الإشهارية: 32.

تعالى: ﴿فَلَمَّا سَمِعَتْ بِمَكْرِهِنَّ أَرْسَلَتْ إِلَيْهِنَّ وَأَعْتَدَتْ لَهُنَّ مُتَّكَأً وَآتَتْ كُلَّ وَاحِدَةٍ مِّنْهُنَّ سِكِّينًا وَقَالَتْ أَخْرِجْ عَلَيَّهِنَّ فَلَمَّا رَأَيْنَهُ أَكْبَرْنَهُ وَقَطَّعْنَ أَيْدِيَهُنَّ وَقُلْنَ حَاشَ لِلَّهِ مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ﴾ [يوسف: 31].

هناك عناصر تكوّن هذا المعنى " تكريم الحَكم " في الصورة التي تطل علينا من هذا النص لنسوة يجلسن مجلس الحَكم الذي يدلي برأيه فيما سيعرض عليه، وهو صورة الفتى الكنعاني الذي دفع هذه المرأة إلى عشقه، والشغف به، فمما تكون تلك الصورة؟! إنها تتكون من:

العناصر التي تكون الصورة:

- 1- أَرْسَلَتْ إِلَيْهِنَّ: وهو تكريم الحكم؛ بأن يُدعى ويطلب للحكم في القضية
 - 2- وَأَعْتَدَتْ لَهُنَّ: وهو تكريم لهن بقيام سيدة القصر بالإشراف على المائدة
 - 3- لَّهُنَّ مُتَّكَأً: المتكأ هنا دليل آخر على تكريمهن، كذا أهل الجنة يتكئون فيها .
- قال تعالى: ﴿مُتَّكِنِينَ فِيهَا عَلَى الْأَرَائِكِ نِعْمَ الثَّوَابُ وَحَسُنَتْ مُرْتَفَقًا﴾ [الكهف: 31].

قال تعالى: ﴿مُتَّكِنِينَ فِيهَا يَدْعُونَ فِيهَا بِفَاكِهَةٍ كَثِيرَةٍ وَشَرَابٍ﴾ [ص: 51].

قال تعالى: ﴿مُتَّكِنِينَ فِيهَا عَلَى الْأَرَائِكِ لَا يَرُونَ فِيهَا شَمْسًا وَلَا زَمْهَرِيرًا﴾ [الإنسان: 13].

4- وَآتَتْ كُلَّ وَاحِدَةٍ مِّنْهُنَّ سِكِّينًا: التكريم بخصوصية الضيف، وتفرده بأدواته .

5- وَقَالَتْ أَخْرِجْ عَلَيَّهِنَّ: دون ظهورها؛ ليكون الحَكم حرا في حكمه دون تأثير سيدة القصر عليهن .

6- الْحُكْمُ: أَكْبَرْنَهُ وَقَطَّعْنَ أَيْدِيَهُنَّ وَقُلْنَ حَاشَ لِلَّهِ مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ .

فلو استحضرنا صورة هذا الحَكم في مجلسه " مُكْرَمًا حَرًّا فِي حُكْمِهِ "، وهو المعنى الذي تكوّن في أذهاننا من تلك الصور الجزئية؛ التي ظهرت في هذه الصورة العامة التي ألقى عليها النص القرآني

الضوء، فظهرت بوضوح، وظهر دورها في تكوُّين المعنى العام المستهدف من الصورة وهو " تكريم الحكم " ما كان لنا أن نقبل حكمهن الذي في الآية ، ونقتنع بعدالة وصدق ونزاهة هذا الحكم. فهذا المدلول هو نتاج تأليف لمجموعة من المدلولات التوسيطية التي تحيل عليها بشكل منفصل الدوال المشكلة للصورة (1) .

1-1: دور الجسد في صناعة الصورة:

يستخدم: وجه الإنسان، جسده وظله، عيناه وأنفه، وقوفه وجلسه، ليرسم خطوط سيرورة دلالية بالغة الغنى والتنوع. ويكفي أن نشير في هذا المجال إلى كل الدلالات التي يمكن الحصول عليها من خلال التنوع في الوضعيات (poses)، وكذا من خلال أشكال الحضور الجسدي (الزوايا والخطوط والنظرة) لندرك أن الإنسان لا يدل في الصورة من خلال إنسانيته، وإنما يدل من خلال أشكال حضوره الجسدي. وعلى هذا الأساس فإن النظرة من هذه الزاوية تعد تقطيعاً للمدرك، إنه تقطيع تقوم به الذات المبصرة في أفق تشكيل وخلق موضوع لنظرتها (2) .

يجب أن نحلل هذا النص لنرى كيف تصنع الصورة والبصر معان متعددة في ذهن الناظر لها ؟ وكيف يترجمها من صورة واحدة إلى معان كثيرة ؟ .

إن الجسد الذي يبدو في الصورة وجسد الذات المبصرة التي تؤول الصورة يتآزران معا لتفسير الصورة المعروضة، فيقوم كل منهما بتقديم تفسيره لها:

الشق الأول: الجسد الذي في الصورة، يقوم بصنع خطوط تأويل للصورة: (الوجه والأنف والقامة وحركة الجسد من الوقوف والجلوس) تعطي معان مختلفة لدى الناظر للصورة، وذلك بما يصنعه جسد الشق الثاني في تأويله .

الشق الثاني: الناظر إلى الصورة (الحضور الجسدي للناظر) فيعمل بصره على تقطيع الصورة في إطار خلق تصور خاص به لفهم الصورة بطريقته .

مثال: نذكر مثالا علي ذلك يوضح الفكرة المطروحة هنا؛ لو نظر شخص ما إلى صورة أمامه بها رجل يصارع هراً، فيرى في هذه

(1) سميائيات الصورة الإشهارية: 32.

(2) المرجع السابق: 34.

الصورة ما لا نراه نحن من (مجرد رجل في يديه عصا يضرب بها الهر، والهر يقفز لأعلى وأسفل ويحاول الهجوم علي الرجل) فتقوم الذات المبصرة بتقطيع الصورة بشكل مختلف يتناسب مع طبيعتها، في سبيل خلق موضوع لنظرتها، فهي ترى هذا الرجل بلا قلب ولا رحمة، فيتم ترجمة كل خطوط الصورة لتفسير هذا المعنى؛ وتأكيد على الحكم الذي في ذهن المبصر، وهو غلظة الرجل .

تقطيع آخر: وقد يقوم شخص آخر بتقطيع الصورة بشكل آخر، حيث يرى الموضوع الذي أمامه في الصورة في شكل مختلف فهذا الهر ينتمي لحيوان متوحش، هو من فصيلة القطط الكبار (الأسد والنمر) لقد تكونت هذه الصورة عنده نتيجة حادث خاص به، ك مهاجمة هر له في صغره، فنتحول خطوط الصورة إلى معان مختلفة، فتصبح محاولة الهر الدفاع عن نفسه خطوطاً تحمل دلالات عدائية في تصويره هو، وفي طريقة تقطيعه لأجزاء الصورة، ترجمة الصورة: تفهم حركة الهر لأعلى وأسفل، وملامح وجهه، وتكشيريه عن أنيابه، وتجهم وجهه، وأخذ جسده وضع الهجوم أو الدفاع، والصوت الذي يصدره. هذا هو الأفق الذي تشكل به الصورة بعد تقطيعها. إن المبصر يستحضر جسده في الحالات الانفعالية الآتية :

1- في حالة دفاعه عن الهر (كما يتصور الثاني) فجسده هو الذي يشارك الهر آلام الضرب .

2- في حالة الخوف من الهر، كما يتصور الأول، فما تلقاه الأول من الهر كان له أثره داخل الصورة وتفسيرها، ومن هنا نرى كيف اختلفت صورة الشيء الواحد وفق تقطيع الذات المبصرة لها .

قيمة النظرة: هذا ما يعطي للنظرة أهمية قصوى، فهي المنتجة لكل زوايا الرؤية: فكل شيء قابل للتسنيين: تسنين الأشياء، ما يظهر منها وما يختفي، وكذا ألوانها وأحجامها وامتداداتها فيما يحيط بها. فالأشياء لا تدل من خلال جواهرها، ولا من خلال ماهيات مجردة لا حول ولا قوة للإنسان أمامها. إنها تفعل ذلك من خلال موقعها من التجربة الإنسانية بكامل أبعادها الإيحائية والرمزية (الأسف والمنجل والهلال كلها أشياء يستعين بها الإشهار في بناء دلالاته لا من حيث وظيفتها، ولكن من حيث أبعادها الرمزية) (1). إن التجربة الإنسانية تدخلت في تفسير الصورة وإعطائها قيمتها الرمزية عند الرجلين .

مثال من القرآن :

(1) سمياتيات الصورة الإشهارية: 33

﴿وَقَالَتْ أَخْرِجْ عَلَيْنَ فَلَمَّا رَأَيْنَهُ أَكْبَرْنَهُ وَقَطَّعْنَ أَيْدِيَهُنَّ وَقُلْنَ
حَاشَ لِلَّهِ مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ﴾ [يوسف: 31].

الصورة: صورة يوسف في حركة جسدية طبيعية عفوية، قائم على قامته يؤدي عمله كموظف بالقصر (لاحظ حركة الجسد العفوية - وسيره بلا تكلف).

الذات المبصرة للصورة: النسوة اللاتي يلمنها علي حبها، يجلسن ينظرن له.

كيفية تقطيع الصورة: تتم هذه العملية وفق محددات ذهنية وبصرية أدت إلى الحكم على الصورة ومن فيها في أفق تشكيل وخلق خاص بالذات المبصرة.

تفسير الصورة:

رأى النسوة يوسف في صورة مَلَكٍ؛ نتيجة تقطيع الصورة وعرضها علي ذهنهن؛ حسب مقاييس الجمال البشري، فكانت الصورة الكلية التي توصلن إليها صورة الملك، حيث فاق جماله ما بأذهانهن من صورة لجمال البشري؛ ليدخل إلى منطقة أعلى في الجمال، بسبب ما جُلبت عليه العقلية الإنسانية من أن الملك هو منتهى الغاية في الجمال (الصورة الذهنية لجمال الفائق)، وأن الشيطان هو منتهى الغاية في القبح (الصورة الذهنية للقبح).

قال سعيد بنكراد: " إن للصورة مداخلها ومخارجها؛ لها أنماط للوجود وأنماط للتدليل. إنها نص ... لا يمكن للصورة أن تتحول إلى نص إلا من خلال عملية انتقاء مزدوجة: انتقاء العناصر التي يجب أن تظهر في الصورة، وانتقاء العناصر التي يجب أن تختفي منها، أي انتقاء ما يسهم في تكوين النص، وانتقاء ما يحضر في نص الصورة من خلال غيابه⁽¹⁾ هذا هو الإشهار عندما يكون بالصورة وحدها.

2- الإشهارية باللغة المكتوبة:

سنحدث عن الإشهار عندما يكون عبارة لغوية فقط؛ تستخدم اللغة بكل إمكانياتها في التعبير؛ كوسيلة للإشهار عن السلعة (بضاعة - خدمات - فكر) لتقوم هذه العبارة بجذب المتلقي إليها، وتحوله من متلقي إلى مستهلك، ولذا يحرص المشهر على اختيار وإبداع عبارة ترقى أحياناً في بلاغتها إلى مستوى النص الأدبي .

(1) سميائيات الصورة الإشهارية: 30.

2-1: النص الأدبي والنص الإشهاري:

يسأل إدريس جبري عن المكانة الأدبية للإشهار قائلا: " هل يرقى الإشهار بالفعل إلى نص أدبي يستدعي الدراسة والاهتمام؟ وهل يمكن إدراجه ضمن إطار الأدب كجنس أدبي مستقل بموضوعه، ومتميز بمكوناته وآليات اشتغاله؟ و بعبارة أدق: هل يمكن للإشهار أن ينتزع بطاقة تعريف داخل الأجناس الأدبية؟⁽¹⁾

الحق أن النص الأدبي يتميز عن النص الإشهاري من حيث الغرض منهما، وطريقة صياغتهما، إلى جانب نقاط اتفاق ونقاط اختلاف.

إن الطبيعة اللغوية للنص الإشهاري جعلت منه نصا أدبيا بمواصفات خاصة فالإشهار مهما كان متجذرا في العلاقة بالأدب والفنون المختلفة إلا أن طبيعته وظيفته المرتبطة بالمجال التجاري ستمنعه علي الدوام من أن يصبح فنا إنسانيا بالمعنى الصحيح. ويتبين الفرق بينهما فيما يأتي :

2-1-1: الغاية الإشهارية:

يقول حميد الحمداني: " وإذا كنا نميل إلى الاهتمام في هذا المدخل بالمظهر الإبداعي في الإشهار باعتباره أقرب إلى خصوصيات الأعمال الأدبية على الأقل من حيث مادته ووسائله، فإنه لا ينبغي أن ننسى أن غاية الإشهار وهي " المنفعة التجارية " ستظل تجعل الإشهار على الدوام دون مرتبة الإبداع الأدبي "⁽²⁾، هذا من حيث الغاية الأساسية للإشهار.

لكن هناك غايات أخرى تدخل ضمن غايات الإشهار، كجلب منفعة ما للآخرين، فمن يعلن عن سلعته يحقق نفعاً لنفسه، ويحقق نفعاً للآخرين أيضاً، فهو ليس سيئاً علي طول الخط، فمن هذه المنفعة: الإعلان عن سلعة ما مفيدة لهم/ تقديم خدمة ما من خلال الإشهار عنها/ تقديم فكر أو سياسية حزبية أو دين، كل هذه منافع للمتلقي أيضاً، ولولا أن في ذلك منفعة للآخر أيضاً؛ لقلنا: إن الإشهار يوسف عن ربه دعاية مضللة كاذبة تبحث عن النفعية للمشهر؛ ولقلنا: إن إشهار الله عن سلعته الجنة خديعة وكذب (سبحان الله وتعالى عن الكذب أو الخداع).

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 261.

(2) المرجع السابق: 60.

فلكي تكون النظرة متزنة إلى الإشهار يجب النظر إلى الجانب النفعي فيه الذي يحققه للمتلقي .

" ولهذا نرى أن الدعوات التي تحاول جعل الإشهار مساويا من حيث القيمة الإنسانية والفنية لقيمة الأجناس الأدبية والفنون الأخرى، لا يمكن أن تنجح لأن الهدف النفعي للإشهار يعمل في نهاية الأمر على تحجيم دوره، وجعله منحسبا في الدائرة النفعية والاستهلاكية اليومية. وهذا ما يفسر سرعة الحاجة إلى تغيير الوصلات الإشهارية والبحث اليومي عن بدائل جديدة لها أي أن الوصلات الإشهارية معرضة للموت السريع بخلاف النصوص الأدبية التي لها قدرة فائقة على الحفاظ علي استمراريتها التداولية (1) .

إذا كانت الغاية من الإشهار قد حسمت الأمر لصالح العمل الأدبي الخالد الذي يسعى إلى رقي الإنسانية وإظهار صفات السمو والرقى في الإنسان، فإن ذلك يجعل من الإشهار وسيلة لغاية أكبر هي تلبية الحاجات الإنسانية النفعية (للبنائع والمشتري) بصورة غلب عليها الطابع التجاري لدي المشهر ، علي الرغم من هذا يظل الإشهار مستخدما لوسائل الأدب وآلياته في الإقناع وجذب المتلقي - كما سنرى.

2-1-3: الخلود في الأدب والإشهار:

هناك أسباب للحاجة المستمرة إلى تغيير الإشهار؛ فلا يكتب له الخلود وهي:

- أ - تغيير ميول الإنسان واختلاف حاجياته .
- ب - الملل من التكرار، فالإنسان ابن أغيار، لذا كان للسلعة الواحدة عدة إشهارات تتغير وتتلون لتجذب المتلقي إليها، ولتشعره بالتجديد.
- ج - حدود الغاية من الإشهار تعرف سريعا؛ فتمل، فيلجأ المشهر إلى تغييرها، فتكرار الحديث نفسه عن سلعة ما يؤدي إلى الضجر منها .
- د - إمكانات السلعة محدودة في تلبية حاجات المستهلك، مما يعرضها للتغيير ، لكثرة حاجات المستهلك وتنوعها وتجدها .
- هـ - قدرة السلعة على المنافسة مع السلع المماثلة لها قد تكون ضعيفة ولذا تتغير دائما .

و - ظهور سلع أحدث منها تتفوق عليها في كل يوم .
إنها في نهاية الأمر سلعة يقوم وجودها وبقاؤها على قانون العرض والطلب، بخلاف النص الأدبي الذي له قدرة فائقة على الحفاظ على

(1) استراتيجيات التواصل الإشاري: 61.

استمراريته التداولية؛ لأنه يعالج قيما ثابتة في النفس البشرية تتفق مع كل المجتمعات الإنسانية عبر الأماكن والأزمنة .
فلا غرابة أن نعجب بنص أدبي يعود إلى العصر الجاهلي؛ لأنه يدعو لقيم إنسانية، أو سلوك أخلاقي يحبه كل البشر .
ولكن: هناك ثوابت في الإشهار أيضا؛ مثل طريقة التعبير، وأسلوب جذب المشتري، والإقناع والحجاج الإشهاري .

2- 4-1: الإبداع الإشهاري:

يتأثر الإبداع الإشهاري كثيرا بالغاية النفعية التجارية التي ستجعله دائما دون مرتبة الإبداع الأدبي، إن عالمية العمل الأدبي وسعيه إلى تلبية الحاجة الإنسانية في الإنسان والرقي به تجعله أعلى وأعظم من الإشهار، فكل كلمة في النص الأدبي موظفة لهذا الغرض، في حين أن الإشهار يخلق صناعة كبيرة؛ بكل الإمكانيات المالية والطاقات الموجهة لهذا العمل، يستعين فيها بطاقة الأدياء ومعرفة علماء النفس والاقتصاديين والموسيقيين والتشكيلين والمصورين والسينمائيين وعلماء وتجهيز مختبرات، كل هذا من أجل مردودية تجارية نفعية تكون هي الهدف الأول والأخير، هذا ما يجعل التأثير الفني والدلالي في الإشهار يتحول إلى وسيلة لا غاية .

لكن هل هذا العمل الإشهاري بهذا الشكل يخلو من الإبداع؟! إن تعاون هذا الجهات مجتمعة في عمل واحد هو قمة الإبداع، لذا فلن يخلو نتاج هذا العمل من قيمة إبداعية متمثلة في نص لغوي جاذب للمتلقي سواء كان بالعامية أو الفصحى، يحرص صانعه على انتقاء ألفاظه بدقة بالغة، وعدد قليل من الكلمات؛ تستخدم الصور البلاغية من: استعارة وكناية وإيحاء وسجع وجناس وكل فنون وعلوم البديع والبيان، هذا الجانب اللغوي يجعله مقاربا؛ إن لم يكن مساويا للنص الأدبي في الجانب الإبداعي، أضف إلى ذلك تلك الإمكانيات السابقة، التي تخرجه في صورة مبهرة ولو للحظة، تجعل المتلقي يتماهى في اللاشعور، ويحيا في داخله على مدى تلك اللحظة القصيرة من شعور بلمسة نسيمات الربيع في العطر الذي يعلن عنه، ويد الفتاة الشقراء تمسح عن جبينه العرق بمنديل ناعم رقيق كالحرير في داخل الإشهار، إنه سحر يصنعه المشهر، ليغيب المتلقي عن الوجود، ولو للحظة .

ألا يعد هذا إبداعا؟!!

مثال : من منا لم يشعر بالدهشة عند رؤية سلعة مبهرة في طريقة عرضها، كذلك التي في هذا الإشهار الذي يعرض صورة فتاة تتحرك بشكل طبيعي بين الناس في مكان ضيق مثل: المصعد الكهربائي؛

برشاقة وحيوية دون أن تخجل من رائحة عرقها ولا يبدي مَن معها بالمصعد ضيقاً منها فيسارع في السؤال لماذا هي كذلك؟ فيجد الإجابة في هذه العبارة الإشهارية " استعملي مزيل رائحة العرق كذا يمنحك عطر الحياة والشباب " إنها لحظة بين التصديق والتكذيب، إنها لحظة الانبهار؛ تعانقها لحظة الإعجاب، فينطلق اللسان بكلمات من اللاشعور دون الرجوع إلى قيود العقل وأحكامه المنطقية ليقول في سرعة وانبهار: ما أجمله؟ هل هذا سؤال عن جمال السلعة أم عن جمال جسد الفتاة؟! إنه سؤال يحتمل كل الإجابات، وتبقى الإجابة الصحيحة مختلفة في داخل نفس المتلقي .

مثال قرآني :

لدينا مثال شبيه بهذا من القرآن الكريم يصور تلك اللحظة " لحظة الانبهار بالمنتج " وأثرها على المتلقي، وإبداع المعلن سبحانه في عرض سلعته. وهو قوله تعالى: ﴿فَلَمَّا سَمِعَتْ بِمَكْرِهِنَّ أَرْسَلَتْ إِلَيْهِنَّ وَأَعْتَدَتْ لَهُنَّ مُتَكَأً وَآتَتْ كُلَّ وَاحِدَةٍ مِّنْهُنَّ سَكِينًا وَقَالَتْ أُخْرِجْ عَلَيْهِنَّ فُلْمًا رَأَيْنَهُ أَكْبَرْنَهُ وَقَطَّعْنَ أَيْدِيَهُنَّ وَقُلْنَ حَاشَ لِلَّهِ مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ﴾ [يوسف: 31] .

أولاً: إبداع المشهر ويتمثل في:

- 1- إكرام المتلقي: بتقديم دعوة حضور منه شخصياً .
 - 2- إعداد المكان اللائق بالمتلقي والأشراف الشخصي من سيد القصر عليه .
 - 3- إعداد وسائل الترحيب والضيافة الملائمة للمتلقي "مسرح الحدث"
 - 4- التخفي عن مسرح عرض المنتج، مع القرب منهن .
 - 5- مراقبة المتلقي وتركه يتصارع مع المنتج ومع قيوده العقلية الداخلية
 - 6- اختيار اللحظة المناسبة للتدخل بعد نجاح المنتج وانبهار المستهلك به.
- نرى هذا بكثرة في أسواقنا المعاصرة من مراقبة البائع للمشتري، واختيار اللحظة التي يتدخل فيها، عندما يقرأ الإعجاب في عين المشتري، فيقول له: اختيار رائع، ذوق عالٍ جداً يا سيدي، لقد اخترت أفضل ما عندنا، لقد ضمن البائع نجاح سلعته في إثارة المشتري،

فيتدخل في هذه اللحظة؛ ليؤكد هذه الفكرة ويثبتها في نفس المشتري؛
ليطلب بعد ذلك ما يشاء من مال لسلعته .

ثانياً: القدرة الإبداعية للمنتج: يحقق المنتج انبهاراً للمتلقي بجودته
العالية، فمجرد عرض السلعة علي المتلقي حتى يراها (فلما رأيته)
وهذا يكفي .

ثالثاً: أثر المنتج علي المتلقي:

ويظهر هذا في نقاط :

أ - أكبرنه

ب - قلن: حاشا لله

ج - ما هذا بشراً

د - إن هذا إله ملك كريم .

رابعاً قمة الإبداع: تحول المتلقي للإشهار إلى معلى عن المنتج

بقولهن السابق .

2- 1- 5:التقارب بين النص الأدبي والنص الإشهاري:

يتشابه النسان من حيث غرضيهما، فالنص الأدبي قد يكون
غرضه المدح، وقد يكون له أغراض أخرى؛ أما الإشهار فغرضه
الأساسي هو مدح سلعته فقط، أما النص الأدبي الذي غرضه المدح
فهو مدح للشخص، ففي الأدب يتجه الأديب إلى ممدوحه، والإشهار
يتجه المشهر فيه إلى السلعة التي يريد تسويقها، ففي الوقت الذي يخلع
فيه الشاعر على ممدوحه صفات ربما لا تكون فيه؛ يقوم الإشهار
بالعمل نفسه؛ لكن نحو سلعة ما، مما أدى إلى ظهور لون جديد من
البلاغة هو بلاغة الإشهار " ففي الوقت الذي كان القدماء يسعون إلى
تأمين البلاغة من مخاطر الكذب والزيّف... نجد الإشهار، ومعه
الدعاية السياسية، يستغل عند الإنسان كل الميول اللا عقلانية
والأسطورية والنوازع الانفعالية الطفولية والحيوانية، وذلك لأجل جعل
الإنسان يستهلك البضائع التي يفيض بها السوق والأفكار الهدامة التي
تقوم على أساس احتقار الآخر وتمجيد القوة والعرق والثروة" (1) .

2- 1- 6: ردا علي سؤالى إدريس جبري:

لقد طرح إدريس جبر سؤالين هما :

السؤال الأول: هل الإشهار يرقى بالفعل إلى نص أدبي يستدعي

الدراسة والاهتمام ؟ .

الإجابة: إن الإشهار نص لغوي جدير بالدراسة، كعمل أدبي لأنه

يستخدم وسائل الأدب في التعبير، بل إنه يستخدم أكثر من ذلك، فهو

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 46.

يستعمل اللغة الموسيقى واللون والإيقاع والصورة؛ لمداعبة مخيال المتلقي والتأثير عليه لاقتناء المنتج وترسيخ سلوكيات ما عنده. وهنا تكمن خطورة الخطاب الإشهاري، فتصبح له سلطة تثيرنا وتستهوينا وتغير قيمنا وأذواقنا واختياراتنا⁽¹⁾ فتدخله قدرته الإشهارية في الجوانب الإنسانية الخاصة بالنص الأدبي، وتفعل فعله في التأثير علي النفس .

السؤال الثاني: هل يمكن للإشهار أن ينتزع بطاقة تعريف داخل الأجناس الأدبية ؟ .

إن هذا الأمر يرتبط بخصائص العمل الأدبي، حيث يتضمن كنص مدلولاً لغوياً وثقافياً مرتبطاً بهذه البيئة وذاك المجتمع، وهذه الصفة الخاصة بالنص الأدبي نجدها بالنص الإشهاري، مما جعله جنساً جديداً من الأجناس الأدبية كالرواية والمسرحية والموشحات وغيرها، فالنص الإشهاري - رغم أنه يعد لونا أدبياً جديداً إلا أنه أصبح الآن مرتبطاً بكل المجتمعات، ومعبراً عن كثير من الثقافات يوظف كل تراث هذا المجتمع وثقافته في خدمة غايته التجارية النفعية، فيوظف التراث الأدبي الشعبي (الفلكلور) في الوصلات الإشهارية، كذلك كل ما له مكانة في المجتمع من نتاج أدبي (مسرحية . مسلسل . أغنية . قصيدة . رواية) كل هذا تراث ثقافي خاص بهذا المجتمع، هو ملك للإشهار يوظفه حيث يشاء في داخل وصلاته، وهذا الأمر ينتزع له صفة الخصوصية كلون أدبي، ولكن بسمات ومذاق خاص، فله محبوه ومريدوه، كالأطفال الذين تستهويهم الوصلات الإشهارية في التلفاز. ولكنه علي الرغم من هذا فهو نص لغوي يُقرأ ويسمع ويفهم، ويحمل رسالة ما إلى المتلقي الذي يتقبله؛ فيجعله ينزع إلى سلوك ما.

الخلاصة:

إن العلاقة بين الإشهار والأدب هي أن الإشهار مهما كان متجذراً في العلاقة بالأدب والفنون المختلفة (علي اعتبار أن ما يقدمه لنا من نص لغوي يمكن أن نعتبره نصاً أدبياً) إلا أن طبيعته وظيفته المرتبطة بالمجال التجاري ستمنعه علي الدوام من أن يصبح فناً إنسانياً بالمعنى الصحيح، أي فناً قادراً علي منافسة الأنواع الأدبية، والفنون الأخرى

(1) المرجع السابق: 262.

التي لها مجال أرحب في معالجة القضايا الاجتماعية والفكرية والإنسانية، والبحث عن قيم جديدة، والقيام بدور تصحيح مسارات المجتمعات، وإعادة التأمل في العلاقات السائدة (1).

هذا الأمر يرجع إلى الغاية السامية الراقية للأدب في الدفع بالمجتمع إلى الرقي، في مقابل هذا المدعي (الإشهار) الذي غايته الأولى هي التجارة والمنفعة، لكنه يلبس ثوب الأديب المبدع الملهم، بل الموجه لذوق وسلوك هذا المجتمع .

تحذير:

تلك الخاصية الإشهارية الأخيرة دعت كثيرا من الباحثين إلى الخوف على الذوق الخاص بهذا المجتمع من سيطرة الإشهار عليه، فيندثر أو يتغير إلى ذوق، وميول ثقافية أخرى غريبة على هذا المجتمع؛ فقالوا: " إن هناك خطرا محققا بالإنسان، وهو أن تتمكن الشركات العالمية من فرض الإشهار كبديل للفنون الأخرى بوسائل الإعلام؛ التي ستكون أداة جهنمية؛ تحاصر الأفراد في كل مكان. ولنا مثال سابق في نجاح وسائل الإعلام المرئية والمسموعة على الأقل في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا إلى درجة ما في الحد من قدرة الإنسان على النقد في المجالين السياسي والاجتماعي والإنساني وتحويله إلى كائن موجه إلى الاستهلاك وإرضاء غرائزه أكثر من أن يكون مساهما في توجيهه والحرص على القيم الإنسانية والعقلانية والأخلاقية (2).

تغير فكر وسلوك المجتمع وأثره على الذوق الأدبي:

مع التطور الحديث للمجتمع دخلته أفكار وسلوك رأسمالية؛ قامت بتغيير فكر المجتمع وسلوكه وتوجيهه نحو اتجاهات ومبادئ أخرى، كاستحداث نظرة جديدة للفن والأدب والسياسة، بجعلهم سلعة تقاس بمبدأ الربح والخسارة، وكان للإشهار دور كبير في إيجاد تلك الاتجاهات الجديدة " فهناك من يرى الإشهار بحكم ارتباطه بالمجتمع الرأسمالي القائم على المنفعة والمنافسة والبقاء للأقوى، فإنه يدعم هذه الأهداف للحفاظ على قيم السلطة والهيمنة التي كانت سائدة في الماضي مثل السلطة الذكورية، والنظر إلى المرأة ككائن من الدرجة الثانية أو

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 66.

(2) المرجع السابق: 67.

كموضوع جنسي وتحويل القيم الفنية والأدبية والسياسية إلى سلع تقاس بالربح أو الخسارة لا بمضامينها البناءة وأهدافها الإنسانية¹

الفصل الخامس

البناء اللغوي والخطاب الإشهاري

أولاً: اللغة المنطوقة:

اللغة: الأداة الأولى للإشهار، وميدان كبير يستوعب كل الأدوات الأخرى في عملية الإشهار، وقد يستغني بنفسه عن كل الأدوات الأخرى، فاللغة أهم أدوات التواصل في كل المجتمعات البشرية، لذا يجب أن نوليها اهتماماً بالغاً كوسيلة تواصل بين البشر؛ تحمل آراءهم، وأفكارهم المختلفة إلى الآخرين، بل إن مهمة اللغة هنا ليست تواصلية فحسب، بل ما فوق ذلك؛ وهو الإقناع والنزوع إلى سلوك معين يقدمه المعلن إلى المتلقي؛ لينزع إلى هذا السلوك، لذا فالإشهار ليس إعلاناً عن سلعة أو فكرة، بل هو وسيلة إقناع، وهو موجود في أكثر حواراتنا بهذه الصورة دون أن نشعر به، فالإنسان الذي يدافع عن رأيه في أي شيء ما (سياسة - دين - فكر - ملابس - ذوق - طعام) هو مشهر معلن عن تلك الأشياء، يحاول من خلال اللغة أن يعلن عن رأيه؛ ويحاول إقناعنا به، بل يدفع بالمستمع إلى تبني هذا الرأي، والنزوع إلى أن يسلك سلوكه، وهنا يصبح الإشهار آلة حوار وتفاعل وتواصل بين البشر .

يستخدم الإشهار اللغة بوسائلها وأدواتها التعبيرية؛ للتأثير فكرياً ونفسياً وجمالياً على المتلقي، وفي هذا الجانب يلتقي الإشهار مع سائر الفنون التصويرية، والتعبيرية الأخرى. ومع تطور الإشهار حتى

(1) المرجع السابق : 67.

أصبح ضروريا لضمان ترويج المنتج، فهذا الوضع قاد إلى المزيد من التفنن، والإبداع في وسائل التعبير، وتكييف الصورة واللون والحركة وابتكار المواقف والأفكار من أجل شد الانتباه. إن التحول من الأشكال التعبيرية المباشرة القائمة على الإقناع اللفظي والمنطقي؛ كان يعتمد أساسا في الزمن الماضي على التركيز على الجودة الفعلية للمنتج، لكن كلما كانت وسائل الإشهار أخذة في التطور، ومستخدمة لوسائط متعددة؛ إلا وتحول التركيز إلى جعل جمالية الإشهار في حد ذاتها بديلا عن جودة المنتج (1).

لكن على الرغم من هذا التحول في التركيز على جمالية الإشهار أكثر من الاعتناء بجودة المنتج إلا أن جودة المنتج تكتب له النجاح والخلود والبقاء الدائم مهما ركزنا أو لم نركز على جمالية الإشهار. يقول حميد الحمداي عن عمل الإشهار لتحقيق غايته النفعية: " استثمر الإشهار هنا الرغبات الجنسية والاستيهامات والإسقاط والتماهي، بالإضافة إلى كل الوسائل التقنية والبلاغية كالاستعارة والكنائية والتمثيل والتورية والتكرار والجناس والسجع والمجاز المرسل والسخرية، وغيرها من وسائل التعبير الفنية " (2).

1-1: بعض الآليات اللغوية للإشهار:

تحدث حميد عن آليات الإشهار النفسية واللغوية، وأوضح أغلب الجوانب اللغوية التي تشمل كل فنون القول من البلاغة بفرعها وغيرها، يمكن أن نضيف إليها هذه الفنون نحو: (1) الأغاني الشعبية (الفلكلور): هذا الفن بأهازيجه وأشعاره ومواويله يمكن أن يُستعار بكل ألفاظه مع استبدال بعضها باسم السلعة وصفاتها.

(2) بعض الظواهر اللغوية: نحو الإتياع والمزاوجة :

-كهذه العبارة الإشهارية (ولا تزعل ثانية، وأعصر الليمون على البامية).

- وعبارة (بتلاتة ونص، وتعالى بص)، وهي عبارات تقوم على التنعيم.

في القرآن: وردت عبارات إتباعية إشهارية:

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 53.

(2) المرجع السابق: 60.

أ - كهذه العبارة التي تعلن عن جواز أكل طعام النسياء إن سُمح لنا بذلك، قال تعالى: ﴿فَإِنْ طِبْنَ لَكُمْ عَنْ شَيْءٍ مِنْهُ نَفْسًا فَكُلُوهُ هَنِيئًا مَرِيئًا﴾ [النساء: 4] .

جاءت العبارة الاتباعية (هنياً مريئاً) بنغمها الآتي من توافق صوتي في الوزن والقافية وحرف الروي والصوامت والصوائت والإعراب والمقاطع.

ب - الوعيد للهمّاز (مغتاب) اللّماز (المنتبّع للمعاب) قال تعالى: ﴿وَيْلٌ لِّكُلِّ هُمَزَةٍ لُّمَزَةٍ﴾ [الهمزة: 1] عبارة إشهارية تهديدية، جاءت

مستفيدة من ظاهرة لغوية (الإتياع) فتنعيم (همزة لمزة) وهي توافق صوتي في: الوزن. المقطع. القافية. الإعراب. الصوائت .

1-2 : بنية الخطاب الإشهاري:

إن الحديث عن بنية الخطاب الإشهاري يفترض استحضر مكوناته البنيوية وفضاءات وأشكال اشتغاله. فمن المسلم به أنه خطاب دال، يشترك في الدلالة مع كل أنواع الخطاب الأخرى، ولكن ميزته المبدئية هي الجمع البنائي بين مكونات عدة: لغوية وصوتية وتصويرية (1).

هذا يعني أن الخطاب الإشهاري يتكون من: مكونات بنيوية وفضاءات وأشكال اشتغال، وهو يتميز بالجمع في مكوناته البنيوية بين مكونات لغوية وصوتية وتصويرية، لكل منها دور في بناء الخطاب الإشهاري، فهو يستعين بهم جميعاً في بناء وصلته أو إرسالته الإشهارية .

1-2-1 : خصائص بنية الخطاب الإشهاري:

العبارة الإشهارية تحمل خصائص لغوية اكتسبتها من طبيعتها الخاصة بها كعبارة تخاطب مستمع/ متلقي صامت لا يتحاور مع الإشهار أو صاحبه، بل يستمع إليه في صمت، وربما يكون منشغلاً بغيره من الأعمال، وكذلك الفترة الزمنية القصيرة المسموح بها لهذا الإشهار، ومحاولته إقناع المتلقي بفكرة أو سلعة جديدة في تلك الفترة القصيرة، يحاول المشهر من وراء عمله الإشهاري النزوع بالمتلقي إلى أن يتحول إلى مستهلك، مؤمن بفكره مقتنع بذوقه، هذه القوى الإقناعية في الإشهار فرضت على الإشهاري خصائص لغوية لا يحد عنها، ويأتي الإشهار في صيغ مختلفة منها:

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 252.

- أ) صيغ تقريرية عامة: كل إشهار يقرر صفات معينة في السلعة، لا ينفي أبداً .
- ب) جمل قصيرة: نظراً لضيق الزمن فتركز الفكرة وتقتصر الجملة .
- ج) متواليّة من الجمل القصيرة الخبرية، أساس الجمل الإشهارية الإخبار .
- د) تنوع الجمل بالنص: فيتداخل الخبر بالاستفهام والتعجب والإقرار .
- هـ) الجمع بين جمل تعجبية قصيرة، أو جمل تقريرية تضمّر تعجباً وإعجاباً .
- و) الاختصار والإيجاز: عنصر أساسي في الإشهار يعتمد على توصيل رأي وفكر المشهر للمتلقّي، وهذا يعدّ " قمة التحدي " للمشهر، ونجاحاً لعمله .

1-2-2: مظاهر الإيجاز في الإشهار:

الخصائص اللغوية للعبارة الإشهارية (الإيجاز والاختصار): تتميز العبارة الإشهارية (نظراً لطبيعتها الخاصة) بالإيجاز والاختصار وهذا الأمر يرجع إلى محاولة الإشهار توصيل فكرته، أو رأيه إلى الآخرين في سرعة وبساطة ووضوح، فيجب على المشهر أن يوجز في عرضه عنه ويقنع الآخرين في أقل وقت ممكن، وهذا الإيجاز فرض على الإشهار عدة خصائص معينة له للوصول لذلك في بنائه اللغوي منها:

(أ) الوضوح:

ويظهر هذا في بناء الجمل حيث نلاحظ تجنب الجمل الطويلة، مخافة الوقوع في الالتباس الذي قد تحدثه التراكيب المطولة، فليس في الخطاب الإشهاري جمل اعتراضية أو تفسيرية كثيرة؛ ومن هنا كانت العبارة الإشهارية خالية من الغريب اللفظي، والكلام الحواشي، حتى النصوص الإشهارية الطويلة نسبياً (1) .

هذا بناء الجمل الإشهارية التي تتميز بالإيجاز، فلو نظرنا إلى هذه الجمل القرآنية التي تعدّ إشهاراً عن بعض السلع كالإشهار عن (راعي)

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 253.

قال تعالى: ﴿قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ﴾ [القصص: 26].

لقد أوجزت ابنة شعيب إشهارها في جملتين إحداهما: طلبية (استأجره) الثانية: جملة خبرية مؤكدة بأن (إن خير من استأجرت القوى الأمين) ورغم هذا الإيجاز فقد حققت الجملة الإشهارية المطلوب منها بتحديد السلعة (موسى) ومميزاتها (القوة والأمانة) إلى جانب المعاني النفسية كعناصر إقناعية غير معلنة نصاً؛ ولكن تفهم من النص نحو:

1- التودد إلى المتلقي لإظهار الإخلاص في النصيحة "ياأبتي".
2- التلميح بالصفات الجيدة في هذا النوع من السلع (صفات الراعي المثالية وهي القوة والأمانة) دون القول الصريح بأنها صفات السلعة المعروضة (موسى)، كل هذا في جمل قصيرة .
مثال آخر: تظهر هذه الصفة (الوضوح) في هذا الإشهار القرآني، في قول يوسف للملك: ﴿قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ﴾ [يوسف: 55].

بني هذا الإشهار على جملتين، الأولى: طلبية (اجعني) والثانية: إخبارية توكيدية (إني حفيظ عليم). السلعة: (وظيفة وزير زراعة) صفات المتقدم للوظيفة (الحفظ والعلم) الشروط الواجب توافرها لهذه الوظيفة (الحفظ والعلم) إلى جانب عناصر نفسية وجدت لإدخال الثقة في نفس المتلقي، نحو: التوكيد بـ "إن". فهذا الإشهار واضح حقق المطلوب منه في جملتين قصيرتين. وهو ما حدث في الإشهار السابق فكلاهما مكون من جملتين:

1- جملة طلبية فعلها أمر: اجعني، استأجره .
2- جملة خبرية مؤكدة بأن مدعمة للطلب .
فتلى الجملة الطلبية جملة خبرية مؤكدة تتضمن صفات المنتج وتميزه

ب - المعاني الجاهزة:

يعتمد الإشهار على عبارات جاهزة في عقل المتلقي منزوعة من ثقافته وتراثه تاريخه وبيئته، وهذا الأمر يوفر عليه عبارات كثيرة، فتحقق بذلك صفة الإيجاز والاختصار، ذلك لأن الرسالة الإشهارية تصل إلى المتلقي في بساطة، ووضوح وإيجاز، من خلال هذه العبارة،

وكذلك وصول الإشهار إلى كل أفراد المجتمع، بكل طبقاته؛ فيقنعهم بسلعته؛ فهذه العبارات الجاهزة التي تحمل معان معروفة ومتوارثة، تحقق له ذلك. فالإشهار يأخذ على عاتقه مسؤولية الوصول إلى كل فرد على حدة في محيطه الطبيعي، وكذا إلى الجماعة لإقناعها وتلبية رغباتها. والجمهور عامة غير مؤهل بالقدر الكافي؛ ليدرك المواصفات التقنية لمنتج معين؛ إضافة إلى وقوعه تحت إكراهات سوسولوجية وثقافية معينة تمنعه من هذا الإدراك في وضعه المتكامل. فلا وقت للتساؤل أو التحليل والجواب. ومن هنا فكل ما يصل إليه من جمل أو عبارات إشهارية يعتبر جاهزا؛ لأنه موضوع في صيغ لا يتسرب إليها الشك أو الظن⁽¹⁾.

مثال: (كل أم تحب طفلها تختار له منذ شهره الرابع طعاما لذيذا) فليس في هذه العبارة ما ينافي الطبع وبالتالي فهي لا تعوق اقتناع المستمع/ المشاهد بصدق الخطاب، صحيح أن هذه الجمل الإشهارية بسيطة جدا وموجزة جدا لأغراض إجرائية عدة، تنهض على مبدأ هي: "الظاهر يضمير الباطن"، وعلينا أن ننظر إليها من هذه الزاوية بالذات، وإلا فرغم ما تحدثه من أثر جميل عند إلقائها، فهي تبدو بين الأيدي (عند القراءة) جملا هزيلة. وهذا معناه أن الأقوال الموضوعة للتأثير الخطابي إذا فقدت طابعها هذا؛ فلن تحدث نفس الأثر وستبدو ساذجة⁽²⁾، إن هذا القول بعد هذا المثال من عبد الله أحمد بن عتو؛ يوضح أن العبارة الإشهارية تصل إلى عقل ونفس المتلقي إذا تحقق لها عنصر الصدق والافتناع، فيجعله يتقبلها على بساطتها، فقد تبدو هزيلة أو بسيطة ولكنها مقنعة، فعبارة كل أم تحب طفلها جملة بسيطة معروفة متوارثة بين الأجيال يمكن أن نحمل عليها جملة إشهارية هي: "إن هذه الأم تختار له طعام كذا أو لبنا صناعيا باسم كذا"، إن التحميل الإشهاري على جملة متوارثة معروفة جعلها عبارة مقنعة. لماذا؟ لأن عامة الناس يتأثرون بمشاعرهم أكثر مما يتأثرون بعقولهم. فهم في حاجة إلى وسائل الأسلوب أكثر من حاجتهم إلى الحجة⁽³⁾، هذا الأمر يحدث بكثرة في الإشهار الحديث؛ من استخدام عبارة متوارثة عن الآباء والأجداد، مثل هذه العبارة: أمي قالت لي: "خدي اللي يحبك، ولا تخدي اللي تحبيه"، "استعملي كريم كذا كريم يحبك ويحافظ على

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 253.

(2) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 254.

(3) المرجع السابق: 254.

بشركتكَ"، لقد استغل هذا الإشهار حب بعض الناس للعبارات المتوارثة؛ ليوظفها في إشهاره؛ ليكون أشد إقناعاً للمستهلك من أي دليل آخر .

2- الأدوات المعينة للخطاب الإشهاري:

يستعين الخطاب الإشهاري بوسائل إقناع لغوية لينهض به، منها:
2-1- المحسنات اللفظية:

كالجناس والطباق، وخاصة الصيغ المتوارثة صوتياً "حليب سنطرال حليب الأبطال" هذا التوازي الصوتي يحدث في العربية تحت اسم الإقناع، حيث تتبع الكلمة الثانية الكلمة الأولى صوتياً، لتحقق الانسجام الصوتي بين كلمات العبارة، نحو: حار يار، وشيطان ليطان، وفي هذه العبارة الإشهارية (سنطرال والأبطال) وقد وردت عبارات إشهارية تقوم على هذه الظاهرة الصوتية، في الإشهار المعاصر نحو: بتلاتة ونص وتعالى بص، وعبارة: ولا ترعل ثانية وأعصر الليمون على البامية، وهي ظاهرة موجودة في كل لغات العالم؛ لأنها تحقق الانسجام الصوتي، والنغم الذي يدخل السرور على نفس المستمع، البيع، ولتكون العبارة أسهل في الحفظ وجذب انتباه المستمع لتدفعه إلى الشراء، هذا سر ما نجده من نداء صاحب علي السلع أمام محال البيع.
2-2- الأنشودة:

يقوم الإشهار باستثمار بعض الأغاني الشعبية ذات الموازين الخفية، ويُعاد ملؤها بعبارات إشهارية معينة، كما في بعض الأغاني العامية المصرية منها:

أ - أغنية (يا حضرة العمدة ابنك حميدة حدفني بيستافندية) تتحول إلى عبارة إشهارية تقول (يا حضرة العمدة بنك الحرية خدني على اسكندرية).

ب - أغنية (سلامتها أم حسن من العين ومن الحسد) أخذها مطعم اسمه مطعم أم حسن؛ ليحولها إلى عبارة إشهارية "سلامتها أم حسن ملو العين وملو الحشى".
2-3- التسلسل:

معناه أن المشهر يتبع منطقاً معيناً في تسلسل عرضه لسلعته، من مقدمة وعرض وخاتمة في بناء متماسك؛ يدفع المتلقي إلى الاقتناع من: سؤال/ جواب/ إعجاب. كما في هذه العبارات الإشهارية: ليه تدفع

أكثر مادام ممكن تدفع أقل؟ اشترى مسوق " تاييد " توفر خمس جنيهات في كل العلبه .

مثال قرآني:

نذكر مثالا على قضية التسلسل الإشهاري ما ورد في قول المشهر (إخوة يوسف) عن سلعتهم (بضاعة مزجاة):

﴿فَلَمَّا دَخَلُوا عَلَيْهِ قَالُوا يَا أَيُّهَا الْعَزِيزُ مَسَّنَا وَأَهْلْنَا الضَّرَّ وَجِئْنَا بِبِضَاعَةٍ مُزْجَاةٍ فَأَوْفِ لَنَا الْكَيْلَ وَتَصَدَّقْ عَلَيْنَا إِنَّ اللَّهَ يَجْزِي الْمُتَصَدِّقِينَ﴾ [يوسف: 88] .

فجاء الإشهار في خمس جمل رتبت بصورة منطقية متسلسلة هي :

أ - مقدمة مديح وإجلال لوزير الملك: يا أيها العزيز .

ب - وصف حالتهم السيئة: مسنا وأهلنا الضر .

ج - وصف السلعة على حقيقتها: وجئنا ببضاعة مزجاة .

د - المطلوب (موضوع الإشهار): أوف لنا الكيل وتصدق علينا .

هـ - الخاتمة (الدعاء له): " إن الله يجزي المتصدقين " .

لقد أدخلوا المنتج وهو بضاعتهم المزجاة ضمن ديباجة معينة مقنعة، تجذب المشتري فتتسبه سوء البضاعة، وهي ديباجة لا علاقة لها بالمنتج أو البيع والشراء، حيث اتجه المشهر إلى جانب آخر في قالب متسلسل مقنع "قالب الاستعطاف" من أجل ترويج السلعة، وهو منطوق جديد في عرض السلعة .

وقد يتبع منطقاً معيناً سوى المقدمة والعرض والخاتمة. فكل إشهار يعتمد على هذا القالب المنطقي العام، وهو عموماً يتضمن: سؤال/ جواب/ إعجاب... والملاحظ داخل هذه الأعمال شدة تماسكها، رغم طابع الإيجاز الذي يسمها. والسبب في اعتقادي هو حذف/ إلغاء أدوات الوصل، ومعه يشعر المتلقي بكثرة المعاني المتحدثة عنها حتى لو تعلق الأمر بمنتج واحد⁽¹⁾. والمقصود هنا بحذف أدوات الوصل؛ الأدوات التي تربط بين الجمل، فتبدو كل جملة مستقلة عن أختها، وبذلك تبدو المعاني مستقلة عن بعضها ومتعددة، رغم أنه إشهار عن منتج واحد، فيجذب المتلقي طمعا في معرفة الجديد عنه .

4-2 الاستعارة في الخطابة والإشهار:

إن الخطاب الإشهاري ليس خطابة؛ لأنه يتوخي الأسلوب المباشر البسيط، و يبتعد عن الاستعارة المغرقة حتى يكون واضحا في

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 255.

الأذهان. فالمتلقي ليس لديه الوقت ليفكر في تحليل وفهم الاستعارة المتداخلة المعقدة .

مثال قرآني:

هناك نموذج لعمل الاستعارة في الإشهار، قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ (10) تَوَمَّنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ دَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ (11)﴾ [الصف] .

فاستعار الحق سبحانه التجارة؛ وهي الحرفة التي يبرعون فيها؛ ليشير إلى سلعة أخرى أكثر ربحاً، وهي النجاة لهم من عذاب أليم، وهذه السلعة الإيمان بالله سبحانه التي ستحقق لهم مكسبين في صفقة واحدة: الربح + النجاة، كما يقول المشهورون: اشترُوا منتجاً بسعر منتج واحد الإيمان: الثمن والربح: المكسب والنجاة. فهي استعارة واضحة بسيطة لا تحتاج إلى تفكير عميق لنخاطب بها كل المستويات . واللغة الإشهارية في مجملها لغة استعارية حتى، وهي تصف العرضي، لذلك فالقيمة الفنية للصورة البلاغية تمنح التواصل قوة إقناعية، حتى وإن كان الأمر يتعلق فقط بضرورة التذكر⁽¹⁾ لما فيها من مؤثرات بلاغية .

2- 5 - التكرار:

ذلك أن كثرة تكرار اسم منتج معين خلال وصلة إشهارية واحدة يوحي بكثرة تداوله، خاصة إذا وضع اسم هذا المنتج في داخل أغنية (أنشودة) تكرر اسم المنتج بكثرة مع كل جملة غنائية، مما يجبر المستمع على حفظ اسم هذا المنتج، واستدعاء صورته واسمه عند ذكر اسم منتج مشابه له أو رؤية المنتج على الأرفف في الأسواق، أو عند استدعاء الأغنية المصاحبة للإشهار، كما في العامية المصرية "يدندن".

2- 6 - العبارة الإشهارية المصكوكة:

القالب الإشهاري ينطوي على منطقه الخاص هو: الاستهواء والاستدراج والإعجاب؛ الذي يؤدي إلى رد فعل متوقع هو الاقتناء بسرعة، ذلك أن كثيراً من المنتجات تصاحبها عند الإشهار أثمان

(1) الصورة الإشهارية: 212.

بيعتها، وعبارة "احذروا التقليد والعرض محدود"⁽¹⁾، ويمكن تصور عمل القلب الإشهاري في هذا الشكل :
استهواء المشتري << استدراجه إلى السلعة >> إعجابه فيكون رد فعله << الاقتناء . بسرعة؛ ويحضرني هنا ما فعلته امرأة العزيز بالنسوة، حيث :

(أ) " استهويتهن " من خلال خبرها مع فتاها الذي شغفها حبا .
(ب) " استدراجها لهن " فأرسلت لهن دعوة للحضور في دارها .
(ج) إثارة " إعجابهن " بعرض المنتج عليهن بصورة عفوية طبيعية دون تأثير .
(د) ثم يأتي رد الفعل المتوقع " بالاقتناء " فأكبرنه، وقلن عبارتهن المشهورة .

والإشهار في سبيل ذلك يستخدم عبارات تكاد تتكرر في أغلب الإشهارات نحو: " إلحق قبل أن تفوتك الفرصة " و " لن تجد مثيلا لهذا المنتج بالأسواق " و " هذا أحدث ابتكارات علمية في مجال صناعة كذا " و " تأكد من العلامة الخاصة بشركتنا " و " المعروض قليل " هذه العبارات سميتها عبارات " مصكوكة " لأنها عبارات متكررة في أغلب الإشهارات قديما وحديثا، يلجأ إليها المشهر صادقاً وكاذباً، لإقناع المشتري .
مثال قرآني:

من الغريب أن نجد هذا الأمر يحدث في الإشهار القرآني، من تكرار العبارة الإشهارية عند الإشهار عن سلع مختلفة، على السنة مشهرين مختلفين في الزمان والمكان، ولكن الذي يميز الإشهار القرآني عن غيره عنصر هام هو عنصر صدق العبارة الإشهارية المكررة "المصكوكة" رغم انطباقها التام على سلع مختلفة الزمان والمكان واختلاف الشخص المشهر في الحالتين. انظر إلى هذين الإشهارين :

أ - قال تعالى: ﴿وَقَالَ الَّذِي اشْتَرَاهُ مِنْ مِصْرَ لَامْرَأَتِهِ أَكْرِمِي مَثْوَاهُ عَسَىٰ أَنْ يَنْفَعَنَا أَوْ نَتَّخِذَهُ وَلَدًا﴾ [يوسف: 21] .

إشهار عن يوسف عليه السلام على لسان الذي اشتراه من مصر وهو عزيز مصر .

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 256.

ب - قال تعالى: ﴿وَقَالَتْ امْرَأَةٌ فِرْعَوْنَ فُرَّةٌ عَيْنٍ لِي وَلَكَ لَا تَقْتُلُوهُ عَسَىٰ أَنْ يَنْفَعَنَا أَوْ نَتَّخِذَهُ وَلَدًا وَهُمْ لَا يَشْعُرُونَ﴾ [القصص: 9] .

إشهار عن موسى عليه السلام على لسان امرأة فرعون .
1- الاختلاف بينهما: في الزمان المكان/ السلعة المعلن عنها/
والمشهر عن السلعة .

2- الاتفاق بينهما في:

أ - العبارة الإشهارية المصكوكة فيهما واحدة هي: " عسى أن ينفعنا أو نتخذه ولدا " .

ب - السلعة المعلن عنها في الحالتين هي: " نبي من أنبياء الله " موسى - يوسف .

ج - المرحلة العمرية للذبيبين (الرضاعة - الطفولة) وهي مرحلة يحتاج فيها الشخص إلى المساعدة.

د - اعتماد المشهر في إقناعه على عنصرين متطابقين (المنفعة عامة - التبني لهما) .

هـ - صدق المشهر وفراسته: يوسف نفع أهل مصر وما حولها من بلاد، وموسى نفع بني إسرائيل ومن آمن بالله من أهل مصر.
الخلاصة:

إن خلاصة اللغة وبراعة الدعاية من أهم مكونات الخطاب الإشهاري، علاوة على براعات وكفاءات تدخل في صميم العمل العام وحقل البلاغة، إن الإشهار استطاع أن يحفر للكلام العادي مواقع وطبقات عدة في ساحة المتلقين، وكان اللجوء إلى التنغيم في درجاته المختلفة إيقاعاً وسجعا وقافية، وكان اللجوء إلى الإيجاز، والتكثيف لمساعدة الذهن في الاحتفاظ بوحدات متكاملة قصيرة تبعث على الإعجاب (1)

هذه الأدوات مجتمعة تستطيع أن تصنع إشهاراً مقنعاً، فهي في الأساس تستخدم اللغة وتعد اللغة الوسيلة التعبيرية والرئيسية في جُلّ الإشهار، ولهذا يجب تحليل مكونات كل إشهار (صوتية ودلالية وبلاغية وتصويرية) بل يجب علينا توسيع دائرة التحليل لتشمل مكوناته البنيوية وفضاءات وأشكال اشتغاله؛ لأن نجاح الإشهار والافتناع به لا يُنسب إلى جانب واحد، ولا إلى أداة واحدة، بل كل هذه

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 257.

الأشياء مجتمعه فهو يستخدم اللغة والموسيقى واللون والإيقاع والصورة؛ لمداعبة مخيال المتلقي وإقناعه .
وهناك من الإشهار ما يقوم على الكذب والمغالطة، وهنا توظف كل هذه الأدوات السابقة في خدمة هذه المغالطة، هناك منتجات إشهارية تعتمد على الإيقاع العاطفي أو الإقناع العقلي، وإن كانت تؤول في نهاية الأمر إلى نوع من التخليط، خاصة حين يتعلق الأمر بمنتج يغالب أو يقهر الزمن (منتجات ضد التجاعيد/ النحافة/ الشيخوخة/ التجميل) أو منتجات ضد تساقط الشعر... فهي تخليطية لأنها تقوم على إدعاءات لا على إثباتات، ما دامت لا تقدم أي دليل علمي على صدق ما تدعيه، خاصة وأن إجراءاتها سرعان ما تظهر محدودياتها، وإن بعد تسويقها وترويجها"⁽¹⁾ .

ثانيا: اللغة غير المنطوقة:

الإشهار واللغة (الرمزية. الإيحائية. الانفعالية):

1- الإشهار واللغة الرمزية:

1-1 رمزية الإشهار:

إلى جانب ما سبق مما تحدثنا عنه من وسائل التعبير الإشهاري (اللغة المكتوبة والمنطوقة) هناك وسيلة أخرى، يمكن تسميتها اللغة الرمزية، أو الوسيلة الخفية التي تهدف إلى مخاطبة المتلقي وإقناعه بطريقة غير مباشرة بالمنتج، وتعمل هذه الآلة وفق نظام معين له إكراهاته وقوانينه التي يلتزم بها كل من يعلن عن بضاعته .
لقد جاء اسم هذه الوسيلة " اللغة الرمزية " مجازا من باب تسمية حركة العين بين المحبين لغة العيون وهي ليست لغة، وحركة الإشارة بالأيدي بين الصم والبكم بلغة الإشارة، لهذا سندخل في إطار هذه التسمية (اللغة الرمزية) كل رمز لغوي أو غير لغوي؛ يحمل دلالة غير منطوقة ولا مكتوبة؛ يمكن أن يشير إليها الإشهار أو تفهم منه .
1-2 اللغة الرمزية:

هي لغة صامتة تحدث المتلقي بصورة خفية غير منطوقة، لتصل إلى ما يريده صاحبها، وهو إقناع المتلقي ليتحول لمستهلك، فهي تحول كل شيء في الإشهار إلى إشارة ذات مدلول إبلاغي، تحمل رسالة إلى المتلقي ذات مفهوم محدد، يحضه علي الشراء، فالذي يشتري هذا

(1) المرجع السابق: 257.

المشروب الغازي، لا يشتره لذاته، لكن لأن هناك صورة فتاة جميلة موجودة على الزجاجاة، كأنها تقاسمه هذا المشروب، أو تدعوه ليشرب معها دون أن تنطق بكلمة؛ ولهذا قلنا: إنها لغة صامتة رمزية، تقول ما تعجز عنه الكلمات؛ من خلال الرموز المختلفة الموجودة في الصورة .

1-3-3 مستويات التواصل الإشهارى:

1-3-1 المستوى الأول: مستوى اللغة المنطوقة:

من جهة الغاية التجارية التي تعبر عن نفسها من خلال سلسلة من الملفات التي تصف المنتج ضمن سياق تواصل صريح، وضمن محددات نفسية واجتماعية صريحة أيضا، هي ما يشكل الغاية النهائية من كل وصلة (معناها التقريرى)... فالوصلة الإشهارية دعوة إلى شراء هذا المنتج⁽¹⁾ إن من يصنع التعبير المباشر والصريح عن المنتج هي اللغة، فالغاية من الإشهار هي البيع والربح، وهو يصل إلى هذه الغاية من خلال اللغة التي تصف تلك السلعة بالجودة، فتصبح الغاية هي البيع، والوسيلة هي اللغة؛ التي تستخدم للوصف والتقرير في إطار عملية العرض للمنتج .

1-3-2 المستوى الثاني: مستوى اللغة الرمزية:

مستوى اللغة الرمزية، يقول بنكراد: " هناك من جهة ثانية العوالم الرمزية التي تدرج المنتج ضمن غايات لا يمكن الإمساك بها إلا من خلال البحث في لا وعى الوصلة؛ وفي نمط إنتاجها لمجمل الدلالات المباشرة وغير المباشرة. فالوصلة ليست دعوة لاستهلاك منتج فحسب؛ إنها دعوة إلى استهلاك قيم بعينها والعيش وفق ما يتيح نمط حياتي يتميز باستعماله للمنتج " س⁽²⁾

هذه اللغة التي سميها مجازا " اللغة الرمزية " ليست لغة - كما ذكرت أنفا - إنها وسيلة تعبيرية خفية تدخل إلى أعماق النفس البشرية، وتتجاوز معها لتلبي لها كل رغباتها من خلال الإشهار، واللغة التي تتجاوز معها ليست الألفاظ فحسب، بل هناك وسائل أخرى تدخل اللغة اللفظية ضمنها، وهذه المنطقة العميقة من النفس البشرية تسمى اللا شعور، وهي في حقيقتها قمة الشعور، حيث ترتب وتنظم للإنسان أفكاره وأماله ورغباته، وتخزن بداخلها كل هذه الآمال والرغبات، ولا تُعلن عنها إلا عند الضرورة، هي قوة مسيطرة على الإنسان تنطلق من

(1) الصورة الإشهارية: 192.

(2) الصورة الإشهارية: 193.

داخله، لتتحكم فيه وفي سلوكه وتوجهه حيث شاءت، بل إنها تحاوره وتكلمه، وتقنعه برأيها في أثناء صمته، بل في منامه يجدها تحاكيه وتصارعه وتقلق عليه منامه؛ ليقوم فيقول: داهمني الليلة كابوس. هذه القوة المكبوتة (اللاشعور) تختلف عما سماه علماء النفس بالشعور في أمور هي:

1- أنها سلطة متخفية وراء النفس الظاهرة التي نعتقد أننا نتحاور معها .
2- أن لها جيروت وقوة قاهرة على الإنسان؛ فتخرج من داخله في لحظات معينة تفرض على الإنسان مطالبها وأوامرها التي لا يملك إلا أن يلبسها لها .

3- أنها مخزن العقل الإنساني كله، وفي ذلك الطامة الكبرى، حيث تُحفظ فيه كل الآمال والرغبات التي يحققها، أو لا يستطيع أن يحققها، وهنا حيث يخزن الممكن مع اللا ممكن؛ فيحدث صراع بينهما، صراع الخروج لأرض الواقع من خلال كلمات أو أفعال، وإن لم يتيسر ذلك تخرج من خلال الأحلام التي نسميها الرغبات المكبوتة .

4- وهذه الصفة مرتبطة بما سبق؛ هو كونها مخزنا لكل الرغبات، فهي ككل شيء يُخزن لا بد أن تغلق دونه الأبواب، وتوضع عليه الأقفال، حتى لا ينطلق في ثورة جامحة، هذه القيود فرضها المجتمع بثقافته ودينه وتراثه، لذا سميت الرغبات المكبوتة .

5- هذا الشيء المُخزن يتطلع دائما للخروج، وينظر من خلف الأسوار نحو الخارج، يترقب لحظة الانطلاق؛ لينطلق تاركا خلفه تلك القيود والأبواب، على مصراعيها مفتوحة، فهو يتحين تلك الفرصة .
1-2-3-1 عمل الإشهار في تلك المنظومة:

لقد أدرك المشهرون تلك المنظومة، وعملوا عليها فيما سميناه من قبل باللغة الرمزية، فقاموا بتتبع القضية من أولها، حيث وصلوا أولا إلى ذلك المخزن، وبحثوا في محتوياته (الرغبات والآمال المخزنة به) وأخذوا يداعبون لتخرج وتفرض نفسها على صاحبها، في هذه اللحظة فقط ندرك أنها لم تكن أبدا في اللاشعور، بل هي شعور كامل كامن فُرض عليه الاختفاء (بالكبت) وجاءته فرصة الانطلاق من خلال مداعبة المشهر له لإثارته، في هذه اللحظة يخرج المارد من قمقه ليعبر عن رغباته المخزنة، التي أخفاها طول عمره خشية القيود الاجتماعية والدينية وموروثاته الثقافية، لكنها لا تمثل بالنسبة له قيما إنسانية - كما يظن البعض - قَدَر كونها موانع وقيود على رغباته،

وإن وقف مطالباً بها؛ يحثُّ الناس ويدفعهم إليها؛ رافضاً كل من يناهضها بكل المحافل الدولية؛ منادياً بما لا يؤمن به من تلك القيم الإنسانية، أو قل من تلك الموانع والقيود علي رغباته .

إن هذه الازدواجية مقصودة لذاتها، إنها لا تشكل حالة توسط بين المنتج وحالات استهلاكية... إنه توسط بين المستهلك، وبين مجمل الرغبات التي يخزنها لا شعوره، وتتخذ في مجال الاستهلاك، شكل صور تقوم الوصلة بتقديم معادلاتها على شكل سلسلة من الاستيهامات (الربط بين مشروب غازي وفتاة، الربط بين الجبل والرغبة في الارتقاء)⁽¹⁾ هذا القول يوضح مكان الوصلة الإشهارية بين المنتج الفعلي، وحالات الاستهلاك، على أنها عملية ربط بين المنتج الفعلي والرغبات المخزنة داخل لا شعور المستهلك .

1-3-3 التغطية علي البعد التجاري:

يقوم الإشهار بالتغطية علي البعد التجاري للوصلة لجني الربح، ولكي يخدع المتلقي بغايته المثلى؛ وذلك بعمل الآتي :

1- تجنب الحديث المباشر عن المنتج، وهو أساسي في عملية الإقناع .

2- تعطيل عمل العقل وكل أدوات الرقابة التي يملكها الإنسان لتجنب حذره .

3- الاستفاد باللاشعور ومخاطبته باللغة التي يجيدها؛ بإثارتة نحو المنتج .

4- استنفار الانفعالات المحجوزة داخل ذات لا تعي حاجاتها بشكل عقلائي .

5- التخفي وراء قيم إنسانية عامة مثمثة اجتماعياً وثقافياً مثل : الصحة. السعادة. الراحة؛ وهي قيم تدخل ضمن الطبيعة البشرية؛ فهي تحتل موقعا متميزا داخل خيال الإنسان.

6- الحرص علي خلق واقع جديد للتغطية علي الواقع الفعلي، أو تجاوزه أو نفيه .

7- إقناعنا أنه ليس له من غاية سوى الاحتفال بالقيم الجميلة التي يسعى الإنسان دوماً إلى امتلاكها بشكل واع أو لا واع .

8- التسلل بمكر إلى فضاء المتخيل والفكر الاجتماعي والأخلاق والعوالم الروحية؛ لكي يسقط كونا جديدا .

(1) الصورة الإشهارية: 195.

9- ينصب نفسه متحدثا باسم اللذة والحلم والخرافة والدين (1) .
هذا الأسلوب يجعل المتلقي في حالة غياب عن الواقع، ومستهام في واقع جديد صنعه له هذا الإشهار، فيسبح معه متناسيا الواقع الحقيقي الذي يعيش فيه، بل ينفصل عنه تماما، فالرجل الذي يقدم لك سلعة تافهة في إطار من الاستعطاف والاسترحام والشفقة، ربما ينسيك هذا الأسلوب سوء السلعة، فتفكر في كيفية مساعدة هذا الرجل، وقد أخفى وراء هذه المشاعر الإنسانية التي أثارها داخلك الغاية التجارية؛ وهي هدف هذا الإشهار، فهو لا يبيع لك سلعة؛ إنما يبيع لك بابا من أبواب الخير، بل وعدا بالجنة، وأنت راض مستبشر بما عند الله، إنه يماثل ما فعله إخوة يوسف عندما باعوا له بضاعة مزجاة في إطار من الشفقة، وطلب العطف عليهم، وقد نجحوا في ذلك .

إن هذا التوسط غير المرئي بين الغاية التجارية وبين الرغبات الدفينة داخل لا وعى المستهلك؛ سيحدث تغييرا في طبيعة القوانين التي تحكم الواقع اليومي. فاستنادا إلى عالم الإغراء هذا ستراجع الروابط المباشرة مع الواقع لتحل محلها روابط من طبيعة رمزية. فيصبح الرابط الذي يرمز إلى العطف والشفقة على هؤلاء الإخوة مكان واقع يعيشه يوسف في هذه اللحظة، وهو تقديمهم سلعة مزجاة له، فتصبح هذه العاطفة المسيطرة برمزياتها ومثالياتها، وإذا كانت الروابط الأولى مبررة من خلال عملية الإدراك ذاتها، أي أنه يدرك أن هذه البضاعة مزجاة (وقد قالوها له) بشعوره الواعي، إلا أن محدودية الحواس والرغبة في خلق نماذج يمكن التعرف عليها بسهولة؛ تقود الذهن إلى الميل إلى التجريد، ورد المتعدد إلى نوع من الوحدة، فإن الثانية ستكون من طبيعة الاستلاب، أي ما يشكل الجزئيات الإيديولوجية السرية (2) لقد قبل منهم البضاعة لأنهم أدخلوه في دائرة أكبر من الربح إنها الميل إلى المعنى المجرد وهو الشفقة والرحمة؛ خاصة أنه يعلم أن هم إخوته، وهذه الثانية (العاطفة) لديها القدرة على الاستلاب، وهو صراع إيديولوجي سري داخل يوسف وحده، يمكن تصور ذلك من خلال هذا الشكل :

إيذاء إخوته له + ما هم فيه من فقر + عاطفة الشفقة <<< تبذل
عاطفة الشفقة والرحمة كل الجزئيات السابقة من إيذاء له <<< فتظهر

(1) الصورة الإشهارية: 195- 199 بتصريف .

(2) الصورة الإشهارية: 198.

قوة عاطفة التسامح والرحمة لتستلب كل ما فعلوا، ثم تغطي كمعنى مجرد على المعنى المادي .

1-3-4 عمل المشهرين في توظيف هذه المنظومة:

أدرك المشهرون ذلك وعملوا عليه باحتراف ومهارة فائقة، ويمكن أن نعرف دورهم من خلال عرض بعض الأمثلة وتحليلها .
قال بنكراد" لا حظ أحد العاملين في الميدان الإشهاري أن النساء ينفقن قدرا كبيرا من المال من أجل كريمة خاصة بالبشرة ، و لكنهن يترددن كثيرا في دفع القليل من المال من أجل اقتناء صابون لغسل الجسد كله . فالصابون لا يعد في واقع الأمر سوى بالنظافة، أما الكريمات بكل أنواعها فتعد بالجمال، السر في ذلك أن المرأة تشتري وعودا، وليس منتجا ... لقد تنبه الإشهاريون إلي هذه المفارقات ، فلم يعد الصابون عندهم للتنظيف فحسب ، بل للجمال أيضا (كيلوباترا وحكايتها مع صابون كامي)"(1) .

ما هي الأسباب الخفية في نجاح هذا الإشهار؟

نجاح المشهرون في إدراك دور اللغة الرمزية في تسويق سلعتهم؛ فباعوا للناس وعدا وليس سلعة؛ فقد ربطوا منتجهم بأسطورة " جمال كيلوباترا " التي لم يرها أحد من المستهلكين؛ فآثار في داخلهم الرغبة الدفينة في الجمال الدائم الخالد، فأقبلوا علي شراء الصابون، لقد لعب الرمز (جمال كيلوباترا) دوره في التأثير علي المتلقي؛ ليتحول إلي مستهلك، في إطار لغة رمزية غير منطوقة، حملتها لهم صورة كيلوباترا.

مثال من القرآن:

انظر لإشهار يوسف عن رب العالمين ﴿يَا صَاحِبِي السِّجْنِ أَرْبَابٌ مُّنْفَرِقُونَ خَيْرٌ أَمْ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ﴾ [يوسف: 39]، إنه ليس إشهارا عن إله يعبد، بل إنه إشهار عن رب قوي قاهر سيد واحد، يستطيع حمايتهم في سجنهم، لقد حملت كلمات: أرباب، الواحد، القهار؛ دلالات غير منطوقة بل تفهم من النص، وهي إعطاؤهم صكوك حماية وأمان ودفاع عنهم، لهذا أنصتوا له أملا في ذلك الوعد الذي حملته اللغة الرمزية لنفوسهم.

(1) المرجع السابق: 195.

لقد نجحت تلك اللغة في إثارة رغبات دفينة داخلهم؛ هي رغبتهم في الحماية والدفاع .

2 - الإشهار واللغة الإيحائية:

الإيحاء: هو قيمة مضافة، إنه أبعاد جديدة انفلت من خلالها الإنسان من إكراهات الغريزي النفعي لكي ينتشي بذاته داخل عوالم متحررة من قوانين الفضاء والزمان (فيصبح الرقص عوض المشي، والغناء عوض الحديث العادي) فخارج هذه القوانين نبيح لأنفسنا كل شيء: نحلم بركوب الرياح ومعانقة الأمواج العاتية وامتلاك النجوم. وهي اللغة التي يفضلها الإشهار، فمن خلالها يعيد إدراج الحلم ضمن دوائر إنسانية خاصة بالمشتريين: إنه الحلم الذي يدل علي الاستلاب (استلاب المجتمع التنافسي) (1)

إنه يفتح لنا عوالم كبيرة قد لا نستطيع استيعابها بعقولنا البسيطة، فكل كلمة توحى لديه بألف معنى؛ مما استوحى بعضها عالم الأدب (خصوصا الأدب الشعبي والخيال العلمي) فصنع لنا: ألف ليلة وليلة، وسيرة أبي زيد الهلالي، وكليلة ودمنة، والرجل الوطواط، والمرأة الخارقة أو الحديدية، وبساط الريح، وسوبرمان .

لقد وظف الإشهار هذه الملكة التي توجد في كل اللغات البشرية (الإيحاء) ليخلق تلك العوالم الخيالية، فجعل المتلقي يسبح معه في بحر الأحلام (أحلام اليقظة) والخيال من خلال وصلته، وفي إطار تلك السلعة التي ستصنع له كل هذا الأحلام، فنجد الإشهار يدخل تلك الأحلام، ويتصرف فيها، ويعيد صياغتها موحيا للمتلقي بأنه وحده الذي سيحققها، كخروج ماردر من مصباح .

2-1 خصائص اللغة الإيحائية في الإشهار:

1- أن تتجنب اللغة العارية التي تذكر بالنفعي لكي يلج إلى داخل اللغة الثانية لتقول ما تشاء، ويتفاعل المتلقي مع العالم كله من خلالها .
2- الاستعانة بمعايير لغة الشعر: كالمحسنات البلاغية والاستعارات واللعب بالكلمات .

لماذا الاستعانة بلغة الشعر؟ لأنها تثري اللغة، وتمكنها من استيعاب مدلولات ضمنية، فكلما اشتملت هذه اللغة على هذه الازدواجية كانت متعددة، واستطاعت أن تقوم بوظيفتها كإرسالية إيحائية (2) .

(1) الصورة الإشهارية: 199.

(2) الصورة الإشهارية: 200.

إن هذه اللغة الثانية " اللغة الإيحائية " بألياتها وقدرتها الإقناعية، وجذبها الآخر؛ تفوق قدرة اللغة المنطوقة والمكتوبة، التي ترتبط بالنفسي فقط، باستخدامها أدوات بلاغية من سجع ومحسنات بديعية أدوات ساحرة تطوف بالمتلقي في عالم من الخيال يفصله عن الواقع .

3 - الإشهار واللغة الانفعالية:

3 - 1 ما الانفعال؟:

الانفعال: هو حالة من اللاتوازن العضوية، والمنبهات الخارجية التي تفقد بشكل مفاجئ في صورة وقتية زائلة، وتكون مصحوبة باضطرابات جسدية خارجية وحشوية (1)، هذا مجمل الحالة النفسية والجسدية التي يعيشها المتلقي لحظة سماع الإشهار، مما يحوله من متلقي إلى مستهلك، يري د. كمال الدسوقي أن التنبيه هو أساس الانفعال يقول: " التنبيه يجعل الكائن ينفعل بالموقف، أي يخلق فيه حالة من الإثارة state of agitation واختلالا في التوازن، ورد فعل شديدا للتنبيه، قد يكون رد الفعل هذا انفعال الغضب، أو انفعال الخوف، أو انفعال الحزن، أو انفعال السرور... مما يظهر للأخرين في شكل تغيرات للسلوك كالصراخ أو البكاء أو الضحك أو الصياح أو الهرب أو الشجار... معنى هذا أن الانفعال يتصل بالشعور بقدر ما يتصل بالسلوك، وهو حالة نفسية قبل أن يكون استجابة، أو فعلا (2) ولكن يعد دافعا لسلوك الفرد .

الانفعالات تعتبر ذات أثر قوي في تحريض السلوك وتوجيهه أو إعاقته، والتوقف عنه مثلما هي الحالة بالنسبة للدوافع الفيزيولوجية، ثم إنها قد تصاحب السلوك وتجعله جذابا أو منفرا، فمشاعر الفرحة عند الحصول علي علامة كاملة في امتحان هام دافع التحصيل (3) .

إذن فالانفعال دافع لسلوك الفرد نحو عمل ما، ولهذا كان " من الصعب أن نفصل الانفعال عن طبيعته الدافعية للسلوك، فالانفعال قوة دافعة في الوقت الذي يصاحب الدوافع ويوجهها، فدافع الجوع كأبي دافع في زيادته يزيد من توتر الإنسان، فيختل توازنه، وتلك حالة غير سارة بقدر الانفعال الذي يصاحبه، وفي ضوء المعايير التي في ضوئها

(1) مقدمة في علم النفس: د. راضي الواقفي، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ص 230.

(2) علم النفس ودراسة التوافق، د. كمال الدسوقي، ط 3، مكتبة الشباب، القاهرة، 1979م، ص 207.

(3) مقدمة في علم النفس: 229.

تعلم الإنسان كيف يحصل على الطعام وأسلوب تناوله، يكون سبيل إشباع هذا الدافع (1)

3-2 توظيف الانفعال في الشراء:

لكي يتحول متلقي الإشهار إلى مستهلك؛ لا بد من طاقة انفعالية توجد في الإشهار تقود المتلقي إلى الاقتناع بالسلعة، الطاقة الانفعالية مرتبطة بسلسلة من العمليات المتداخلة... فالاعتقاد بجدوى المنتج قد يتطلب عمليات أخرى مثل (الإثارة. الميل. الفعل) إن فعل الإنتاج إثارة، أما الميل فوثيق الصلة بالفعل الإنجازي، فدون حصول الميل إلى المنتج لا يمكن أن يتحقق الفعل، ويأتي السلوك الشرائي في المقام الثالث كحصيلة لما سبق (2)، هذه العمليات العقلية النفسية الانفعالية تقوم بدور فعّال في توجيه المستهلك للسلعة، وقد عرضنا لمفهوم الانفعال والطاقة التي تحركه، وأثر هذا التحريك على سلوك الفرد والجماعة، ويرتبط هذا بموضوعنا تحليل الطاقة الدافعية الموجودة في الانفعال، وكيف يوظفها المشهر في توجيه ميول المتلقي وسلوكه؛ بخلق الدافع الداخلي لديه للشراء .

وهناك من يربط العملية الإقناعية كلها بأبعاد ثلاثة لا يمكن الفصل بينها وهي: المعرفة والانفعال والفعل .

3-2-1 عمل الانفعال في عملية الشراء:

ويوضح عمل للانفعال في عملية الشراء بنكراد في نقاط قائلا: " إن ما هو الأساسي في الإشهار، رغم كل المظاهر الدالة على عكس ذلك، هو حجم الطاقة الانفعالية المودعة في الوصلة. فهو وحده الذي يحدد أدوات الإقناع، ويحدد سبل التسلسل إلى أكثر المناطق هشاشة داخل الاستهلاك. فمصادر السلوك الشرائي متنوعة، والشراء في ذاته سيرورة مركبة، ولذلك :

1- فإن البداية كانت من اللاشعور واستبطانه ومحاولة استنتاج كل الصور النمطية التي تتجاوز في الكثير من الأحيان ردود فعل الفرد؛ لكي تشمل الثقافة كلها. (فالشراء ليس اجتماعيا فحسب، إنه ثقافي أيضا. وهو ما يدعو إلى أخذ اللاشعور الجمعي في الحسبان أيضا) فلكل ثقافة مخيالها، ولها طريقتها في تدبير ما يأتيها من الخيال والواقع على حد سواء .

(1) البناء النفسي في الإنسان: د. حمدي الفرماوي، دار زهراء الشرق، القاهرة 1996م، ص15.
(2) الصور الإشهارية: 208.

2- بل إن الإشهار لا يقف عند حدود إشاعة ما يخبئه اللاشعور بأبعاده الفردية والجماعية، بل يستثمر كل ما يشوش على الوجود الإنساني ذاته، خوفه واكتنابه وقلقه وإحساسه بالذنب والشعور بالوحدة؛ إنها كلها أحاسيس يمكن تحويلها من خلال حالات الإقناع السري إلى محفزات للشراء، بل قد يكون هناك في نفسية المستهلك ما يدعو إلى ذلك، فالإشهار ينطلق من رغبتنا في أن نكون موضع إغراء أكثر من رغبته في إغرائنا .

3-3 (عناصر التصديق في الإشهار) :

لذلك لا يجب محاكمة الإشهار بمفاهيم الصحيح والمزيف، فهذه معايير لا قيمة لها في سجل التواصل القائم على تبادل تتداخل فيه مجموعة من المكونات يصعب أحيانا تحديد ما ينتمي منها إلى الواقع، وما يشكل استيهامات... إن الإشهار يستند إلى تصديق من طبيعة أخرى إنه كلام تنجيمي؛ لأنه لا يدعو إلى الفهم ولا إلى التعلم، بل يدعو إلى الأمل فما يقوله لا يفترض حقيقة سابقة " القيمة الاستعمالية للمنتج "، بل هو إثبات لاحق يتحقق في الواقع، إثبات تقوم به العلامة أداة التنجيم (1).

مما سبق تتضح آلية عمل الإشهار في توظيف الطاقة الانفعالية المخبئة في اللاشعور الفردي والجماعي في سبيل إقناع المتلقي، ليحوّله إلى مستهلك؛ فإن هدفه البيع، وكذا تحويله من معارض للسلعة إلى مدافع عنها، ومصّدق لكل ما يقال عنها؛ فيتصف الإشهار بصفات منها:

- أ - لا ينظر إليه بمفهوم الصدق والزيف .
- ب - الاستناد إلى تصديق من طبيعة أخرى .
- ج - الدعوة إلى الأمل .
- د - يعتمد على إثبات لاحق لا يتحقق في التو واللحظة، فهو يحتاج إلى وقت للتجربة، وهي فرصة للبيع الأول، ثم يأتي الصدق ليضمن له استمرار البيع .
- هـ - أدوات الإشهار للتصديق والإقناع: لا حدود في الإشهار بين الإغراء والبرهنة والحجاج والتضليل والتعبير والخبر. إن هذه

(1) الصورة الإشهارية: 212،213 هما بين القوسين إضافة من عندي للتوضيح .

الأدوات صالحة كلها من أجل الوصول إلى الغاية النهائية: البيع من هذه الزاوية يعد الإشهار أكبر قرصنة عرفها تاريخ تواصل البشري. فهو لا يتورع من أجل تحقيق غاياته تلك في استعمال كل ما ينتمي إلى دواخل النفس البشرية، وطريقة تفاعلها مع محيطها... وهي كلها عناصر تندرج ضمن الرأي... إنه قرصنة، أو اغتصاب للحشود... فهو وعد تارة ووعيد تارة أخرى، ونذير في أغلب الحالات، إنه يبحث في الذات البشرية عن كل الصور التي تختبئ في اللاشعور ليعمل على إيقاظها ويجعلها مخاطبه الوحيد⁽¹⁾.

3- 4 أمثلة تطبيقية على عمل الانفعال:

هناك من يربط العملية الإقناعية كلها بأبعاد ثلاثة لا يمكن الفصل بينها وهي المعرفة والانفعال والفعل. إن الانتقال من الاعتقاد إلى الفعل لا يمكن أن يتحقق إلا إذا حصل المستهلك على معلومات يطمئن إليها وبالإضافة إلى ذلك، فإن المصادقية رهينة باستجابة ما يقدم للطلبات الواعية واللاواعية والاستهامة المتنوعة⁽²⁾ يمكن تصور عمل هذه المنظومة من خلال هذا:

معرفة (معلومات مطمئنة عن السلعة) + اعتقاد (من خلال إثارة رغبات دفينية) << الفعل (الشراء).

فالإنسان يسمع ويعرف كل المعلومات التي تطمئنه على جودة السلعة + اعتقاد يثير انفعالات داخل الذات الإنسانية تقنعه بتحقيقه غاية سامية: السعادة والصحة والشباب؛ فينتج عن ذلك الفعل أي النزوع إلى السلعة.

الاعتقاد: إن الاعتقاد لا يقوم على الحقيقة تماما، بل إن مصدره هو القوة الإقناعية التي يتضمنها الملفوظ الإشهاري، وهي قوة مهمتها استثارة سلسلة من الانفعالات التي لا تتحقق في الواقع المباشر للمتلقي، بل موطنها مناطق اللاشعور التي تتجسد على شكل استيهامات، وتتسرب إلى التحقق الفعلي في غفلة من الرقابة العقلية، فهي تعمل على تعطل العقل، لتحرر الفعل الشرائي من كل القيود المسبقة التي تحد من انطلاقه لكي يخلق عالما في عالم الشراء⁽³⁾.

(1) الصورة الإشهارية: 214 - 215.

(2) الصورة الإشهارية: 208.

(3) المرجع السابق: 209.

يمكن فهم هذا الحديث عن عمل اللغة الانفعالية بصورة أكثر وضوحاً من خلال هذا المثال، قال تعالى: ﴿فَوَسْوَسَ إِلَيْهِ الشَّيْطَانُ قَالَ يَا آدَمُ هَلْ أَدُلُّكَ عَلَى شَجَرَةِ الْخُلْدِ وَمُلْكٍ لَّا يَبْلَى﴾ [طه: 120] .

وفي موضع آخر قال تعالى: ﴿فَوَسْوَسَ لَهُمَا الشَّيْطَانُ لِيُبْدِيَ لَهُمَا مَا وُورِيَ عَنْهُمَا مِنْ سَوَاتِهِمَا وَقَالَ مَا نَهَاكُمَا رَبُّكُمَا عَنْ هَذِهِ الشَّجَرَةِ إِلَّا أَن تَكُونَا مَلَكَتَيْنِ أَوْ تَكُونَا مِنَ الْخَالِدِينَ (20) وَقَاسَمَهُمَا إِنِّي لَكُمَا لَمِنَ النَّاصِحِينَ (21)﴾ [الأعراف] .

لو تصورنا الأكل من الشجرة المحرمة على أنه إشهار عنها، وحاولنا تطبيق الخطوات السابقة على هذا النحو: المعرفة + الانفعال <<< الفعل.

فلكي يصل إبليس إلى غرضه من إيقاع آدم لا بد أن يمر بهذه المراحل :

3-4-1 المرحلة الأولى: (المعرفة والاعتقاد):

وذلك بإطلاق معلومات كاذبة عن هذه الشجرة؛ فهي تمنح أكلها الخلد والملك الدائم، ويعتمد هذا الاعتقاد على قوة إقناعية تنطلق من إثارة سلسلة من الانفعالات التي لا تتحقق في الواقع المباشر للمتلقي، فقد أثار فيه رغبة دفينية من حب الخلود والملك، وهي انفعالات دفينية في نفسية كل البشر منذ آدم إلى ما شاء الله، وعلى الرغم من علم آدم باستحالة هذا وتحذير الله له، إلا أن إبليس نجح في إقناع آدم بعكس ذلك من خلال إشهاره الكاذب؛ فقوي إبليس داخل آدم هذا الاعتقاد بإثارة طاقة انفعالية بما قاله الله تعالى حكاية عما حدث فأكد كلامه:

1- القسم

2- التأكيد بـ

3- التأكيد باللام

4- النصح للتقرب لهما، وهي مطية إنسانية خالصة، ولا يفعلها إلا محب مخلص لهما، فتثير الطاقة الانفعالية بزرع الثقة في نفوسهما نحوه، فدخل كلام إبليس لمناطق اللاشعور عند آدم، التي تتجسد في صورة استيهامات، يعيش فيها آدم ولو للحظات، وتتسرب إليه ليحيا في الخيال في غفلة من العقل، فعاش آدم بين سراب الخلد والملك الدائم؛ فنسي ما حوله من واقع جميل هو "جنة عدن"، وهي اللحظة التي استطاعت فيها القوى الإقناعية التي في الإشهار أن تخلق حالة تطابق

بين عوالم المنتج (الأكل من الشجرة) وبين رغبات آدم الواعية واللاواعية، في الخلد والملك " إن الشراء ليس مرتبطاً بالمنتج، بل هو وثيق الصلة بما يوحي به، فالانتقال من الوصف إلى الشراء، ولابد الالتباس الذي هو التراكيب بين بعد تجاري وآخر رمزي، وما ينتج عنه من تبديل لروابط فعلية مع الواقع، بروابط من طبيعة رمزية⁽¹⁾ .

3- 4- 2 المرحلة الثانية: انفعال القيمة:

الشعور الذي يدفع المتلقي لهذا المنتج يقويه انفعال بقيمة رمزية ما؛ تجعله يقبل عليه، فهو لا يشتري هذا المنتج دون سواه إلا لأنه يحقق قيمة (إنسانية - ثقافية - اجتماعية) لا يجدها في غيره و تشده إليه " إن هذا التحول ممكن من خلال تضمين الملفوظات التقريرية بعداً جديداً يصبح بموجبه المنتج موضوع قيمة لا مادة معروضة للبيع بالمفهوم السميائي لكلمة القيمة... إن موضوع القيمة هذا المسئول عن الرغبة التي تتولد عند المتلقي وتدفعه إلى شراء منتج لا يستهلك لنفعيته، بل لإحالاته على طريقة في العيش، وفي تصور الحياة. وهنا يكمن الجوهر الحقيقي للإشهار؛ فبائع الأحذية لا يبيع أحذية، بل يبيع أقداماً جديدة⁽²⁾ .

أ - في إشهار إبليس نجد القيمة الإنسانية فيه متمثلة في " النصيحة "؛ فالدعوة إلى الأكل من الشجرة تنطلق من قيمة إنسانية؛ ينفعل بها المتلقي فينطلق إليها؛ فهو لا يأكل من الشجرة المحرمة من تلقاء نفسه، أو رغبة في شهوة الأكل فقط، ولكن لأن الكلام الموجه إليه جاء في إطار قيمة إنسانية كبيرة، وهي تقديم النصيحة له، جعلته يندفع إلى هذا السلوك المحرم تلبية لتلك النصيحة .

ب - القيمة الإنسانية الأخرى هي " الدعوة إلى الخلود والملك الدائم " فرغبة الإنسان في البقاء الدائم والملك الذي لا يبلى تعد قيمة مادية ونفسية؛ يحلم بها كل إنسان من لدن آدم حتى تقوم الساعة، فهذا الاستيهام الذي عاش فيه آدم ولو للحظة أنساه أمر ربه، سعياً وراء قيم كاذبة (الملك والخلد) .

ج - كذلك الذي يبيع الأحذية يبيع قيمة إنسانية داخل المشتري، هي سعياً إلى الجديد في كل شيء، وهي القيمة الداخلية الساحرة التي ينطلق منها المشهر .

(1) الصورة الإشهارية: 209.

(2) المرجع السابق: 210.

د - والفتاة التي تحتسي مشروباً من المياه الغازية ينظر لها باعتبارها تحيل على كل الفتيات، فليس المهم في الوصلة الانتعاش الذي يمكن أن يقدمه المشروب الغازي، بل إمكانية اللقاء مع شقراء شبيهة بهذه التي تشرب هنا بعيداً عن المستهلك، إن كل العناصر الممثلة في الصورة تحيل على النوع الذي تنتمي إليه من خلال فعل كنائي ضمنى⁽¹⁾ أي القيمة التي يمثلها النوع .
3 - 4 - 3 المرحلة الثالثة: الفعل:

إن تحول تلك الطاقة الانفعالية داخل الإنسان نحو شيء ما؛ هي التي تصنع سلوكه تجاه الشيء أو قل فعله، فهو يفعل ذلك منقاداً لتأثير تلك الدوافع إلى النزوع نحو الفعل، ولهذا " فإن ما هو أساسي في الإشهار هو حجم الطاقة الانفعالية المودعة في الوصلة، فهو وحده الذي يحدد أدوات الإقناع ويحدد سبل التسلسل إلى أكثر المناطق هشاشة داخل ذات المستهلك . لذلك فإن البداية كانت من اللاشعور واستبطانه، ومحاولة استنطاق كل الصور النمطية التي تتجاوز في كثير من الأحيان ردود فعل الفرد لتشمل الثقافة كلها⁽²⁾ .
أنماط الطاقة الانفعالية الدافعة للفعل:

أ - الرغبة في الخلد والملك: إن رغبة آدم في امتلاك الخلود والملك؛ رغبة دفينة مستوطنة في داخل لا شعوره؛ تمتلك طاقة انفعالية قوية، جعلته يدخل في المعصية وينسى أمر ربه .
ب - رغبتنا في أن نكون موضع إغراء: إن الإشهاري ينطلق من رغباتنا في أن نكون موضع إغراء؛ أكثر من رغبته في إغرائنا⁽³⁾، فالذي يشتري سلعة يريد أن يكون هو موضع تقدير وإعجاب من الآخرين، لذا يسارع في عرضها على أصدقائه، ليفوز بالتقدير منهم لشراء هذه السلعة، وتقديرهم لفظنته وذكائه؛ إن رغبة زوجة العزيز في أن تكون موضع إعجاب النسوة، بأن تتميز عليهن فيمن تحب؛ جعلتها تخطط وتمعن في التخطيط عند عرض سلعتها عليهن (يوسف عليه السلام) بصورة مبهرة، جعلتهن يشهدن له بالجمال الملائكي، رغم أنها لم تنطق بكلمة قبل عرض بضاعتها عليهن، ثم قالت عندما جاء وقت الكلام: ﴿قَالَتْ فَذَلِكُنَّ الَّذِي لُمْتُنَّنِي فِيهِ وَلَقَدْ رَاودْنَاهُ عَنْ نَفْسِهِ فَاسْتَعْصَمَ وَلَئِن لَّمْ يَفْعَلْ مَا أَمَرَهُ لَيَسْجَنَنَّ وَيَلْكَونَ مِنَ الصَّاعِرِينَ﴾ [يوسف: 32] .

(1) الصورة الإشهارية: 210.

(2) المرجع السابق: 212.

(3) المرجع السابق: 213.

هذا القول إعلان صريح من المشهر عن غرضه من عرض بضاعته، ليس البيع؛ لكن الوصول بالمشتري إلى مرحلة الإقناع بتميزه في اختيار تلك السلعة التي اشتراها؛ فأصبح المشتري (لا السلعة) موضع إعجاب من الآخرين، وكلنا مر بهذا الشعور عند شراء سلعة جيدة، حيث يحرص على عرضها على أصدقائه لهذا السبب، ويفتخر باختياره .

ج - الرغبة في الأمان: يقوم الإشهار بصرف النظر عن حياة صعبة من خلال الاستيهاام مع آمال وطموحات وشعور بالأمن يطررها المشهر في إعلانه؛ فما كان اقتناع صاحبي السجن اللذين كانا مع يوسف في السجن بإله واحد، إلا لأنه حقق لهما الشعور الداخلي بالأمن والنجاة من كل سوء لأن الذي سيرضه عليهما (الله جل جلاله) سيحقق لهما ذلك، فهو تعالي الواحد القهار، قال تعالي: ﴿يَا صَاحِبِ السِّجْنِ أَرْيَا بِّ مُتَفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمْ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ﴾ [يوسف: 39] .

د - الرغبة في الخلود والمنفعة: تحمل تلك الرغبة طاقة انفعالية داخل الإنسان تدفعه إلى فعل أي شيء، فهي محفزات داخلية للشراء، وهي أن يكون خالدا أبدا إن لم يكن بنفسه، كان ذلك من خلال ذريته، ولهذا كانت رغبة الخلود دافعا لذي شخصين في القرآن الكريم لتسويق سلعتهما في موضعين مختلفين ومع نبيين، وهذان الشخصان هما:
(1) امرأة فرعون بقولها: ﴿وَقَالَتْ امْرَأَةٌ فِرْعَوْنَ قُرَّةَ عَيْنٍ لِي وَلَكِّ لَا تَقْتُلُوهُ عَسَىٰ أَنْ يَنْفَعَنَا أَوْ نَتَّخِذَهُ وَلَدًا﴾ [القصص: 9] .

(2) الرجل الذي اشترى يوسف بقوله: ﴿وَقَالَ الَّذِي اشْتَرَاهُ مِنْ مِصْرَ لَامْرَأَتِهِ أَكْرِمِي مَثْوَاهُ عَسَىٰ أَنْ يَنْفَعَنَا أَوْ نَتَّخِذَهُ وَلَدًا﴾ [يوسف: 21] .

كل هذه الأمثلة تشير إلى دافع داخلي في الإشهارات السابقة؛ جعلت المتلقي يتحول إلى مستهلك، بالنزوع إلى هذا السلوك المعلن عنه في الإشهار. " إنه يبحث في الذات البشرية عن كل الصور التي تختبئ في اللاشعور ليعمل على إيقاظها ويجعلها مخاطبه الوحيد، فالغاية في دعوة الناس إلى سعادة أنية، ومن طبيعة استهلاكية عبر آليات المتخيل الإشهاري؛ هي صرف نظرهم عن شروط حياة صعبة... بطريقة ذكية لتجعل الناس يستسلمون من خلال مبدأ اللذة لحياة شاقة يتحكم فيها مبدأ

الواقع... وعلي هذا الأساس فإن الإقناع الإشهاري مخادع ومشوه، إن لم نقل مضلل... ويتعامل مع الإنسان باعتباره أشد الحيوانات بلاه (1). إن الإشهار يعمل بآليات إقناع نفسية، تجعل المتلقي يتحول لمستهلك، هذه العملية تتخفي بدقة داخل منظومة كبرى؛ تبدأ بالغاية الصريحة، وتنتهي بالوضعيات المضمرة داخلها، فالمفروض الإشهاري يعلن عن النوايا الطيبة كفاعل خير، إلا أنه مصمم بطريقة تجعله يتحول من الحامل الوصفي إلى مصفاة يعاد من خلالها إنتاج العلاقات الاجتماعية السائدة، إنه يتجاوز حدود الوظيفة الإعلانية ليستشير داخل المستهلك انفعالات بعينها تقوده صاغرا إلى شراء المنتج .

3-4-4 جوهر الإشهار الصادق:

لكن هناك سلعة أعلن عنها صاحبها دون معاينة من المشتري لها، غير وعد ووصف لها من صاحبها، جاءت في صورة مكافأة من صاحبها لمن تبع دينه الجديد، قادت السلعة أصحاب الرأي الحصيف والراسخين في العلم خلفها، وجاء الخبر عنها في شكل جمل وصفية متنوعة متعددة؛ تمثل مكونات هذه السلعة، كيف اقتنع هؤلاء القوم بهذه السلعة، وقدموا النفيس والغالي من أجلها؟! إنه سؤال حير أصحاب الرأي والمنطق والفلاسفة .

لم يكن وصف هذه السلعة المادي والمعنوي وراء إقبالهم عليها، ولكن هناك سبب آخر هو صفة صاحب السلعة وهي صفة الصدق، وهو عنصر هام وأساسي في الإشهار، فالمصداقية في المشهر تدفع المشتري إلى السلعة بقوة واقتناع .

الشرح والبيان:

السلعة التي نتحدث عنها هي جنة الخلد، إنها سلعة الله ألا إن سلعة الله غالية ألا إن سلعة الله الجنة، أمّا البائع فهو الله، والمشتري هم المؤمنون بالله، لقد أقبلوا على تلك السلعة ليقينهم بصدق المعلن (الله) سبحانه وتعالى، فيتحول بهم الإدراك من مجرد التخيل والتصوير لما فيها من نعيم إلى يقين، أت من يقينهم بالمشهر سبحانه وتعالى، حتى قال أحد الصحابة رضوان الله عليهم: إني أشم رائحة الجنة، فهل هذا هو التخيل، أم ماذا؟ إن ما في الجنة من نعيم لا يخطر على قلب بشر؛ مما يعني عدم إدراك تلك العقول البشرية جميعها لمدى ما في تلك الدار من نعيم، فما الذي شمه هذا الصحابي الجليل؟ إنه ليس تخيلا

(1) الصورة الإشهارية: 215.

ذهنيا أو تصورا، بل إنه شيء آخر، إنه اليقين بالله صاحب تلك الجنان، فما قاله وما أخبر به عن جنته صدق وحق؛ لا يشك فيه من آمن بالله ورسله وكتبه، ولم يرهم .

لقد جعل الحق تبارك وتعالى شرط الإيمان به، الإيمان بالغيب، فكان لزاما علي كل مؤمن بالله أن يؤمن بالغيبيات؛ ويثق في قول الله وخبره ووصفه لكل شيء، فهو سبحانه علام الغيوب، بل هو غيب بالنسبة لنا، فقد آمنا به كلنا ولم نره، لقد دفعنا الإيمان بالله واليقين به إلى مستوى أعلى من مستوى تخيله؛ إنه مستوى المعيشة، فكل مؤمن بالله حق الإيمان يعيش في جنته قبل أن يراها؛ لأنه رأي ما هو أكبر منها، فقد رأي الله في يقينه به سبحانه، وفي جميل صنعه وكل ما خلق، رآه انطلاقا من إيمانه بكل غيبيات الله فقد ورد عنه (صلي الله عليه وسلم): **اعبد الله كأنك تراه فإن لم تره فإنه يراك**.

وتلك قمة اليقين بالله وذلك باستحضار عظمة الله في كل وقت خاصة في الصلاة، فما دام العبد موقنا بالله متخيلا له مستحضرا لوجوده في كل لحظة في حياته؛ فكيف لا يوقن ويدرك ويحس بجنته، ويشم ريحها قبل أن يراها رؤى العين؟!!

إنها هداية الله يهدي بها من يشاء من عباده، جعلت من شاء الله لهم بالهداية يرون النور الآتي من هذا الكتاب الكريم، يظهر أمامنا سؤال يطرح نفسه علينا، وهو لماذا لم يؤمن كل الناس بالله الواحد القهار رغم علمهم بالله وكتابه ونبيه؟

لقد أصاب الحق كبد الحقيقة في قوله: ﴿أَفَلَا يَتَذَبَّرُونَ الْقُرْآنَ أَمْ عَلَى قُلُوبِ أَقْفَالِهَا﴾ [محمد: 24] .

لقد كان على قلوبهم أقفالها؛ التي منعتهم من الإيمان بالله وتدبر كتابه الكريم .

4 - آليات عمل الإشهار (لغوية ورمزية وإيحائية وانفعالية):
مما سبق يمكن أن نجمل القول في آليات عمل الإشهار باستخدام أدوات تعبير مختلفة تحدثنا عنها كاملة في هذا الفصل، لنري دورها في تغذية هذه الأشياء وهي :

1- **الفكر**: حيث يتم إقناعه بمفاهيم وأفكار جديدة بطريقة مباشرة وغير مباشرة، للتأثير عليه ليسلك سلوكا معينا .

2- **اللغة**: يتم توظيفها وتوسيعها لتستوعب ذلك الكم الكبير من المعاني والدلالة والمضامين؛ تحمّلها لألفاظ معروفة، وتفتح

- مجالات جديدة يخترقها هذا الفكر الجديد، وتستعين بأدواتها البلاغية وغيرها .
- 3-**الروابط:** وهي الروابط التي تنشئ علاقات بين المتناقضات لإثارة انتباه المتلقي إلى زوايا وجهات في الشيء لم ترد على خاطره قط .
- 4-**الفضاء الذهني:** الاعتناء بالفضاء المحيط بالحدث أو الفكرة يصبح وسيلة إقناع بالرأي والشيء، ويمثل الفضاء الذهني خلفيات إقناعية بالفكرة أو السلعة، متمثلة في تراث ثقافي واجتماعي ونفسي يوجه تفكيره ويخلق الاقتناع بالرأي في داخل المتلقي بتلك الأفضية .
- 5-**التأثير النفسي (الانفعالي):** يحمل الإشهار طاقة انفعالية مودعة فيه تحقق الإقناع لدى المتلقي، تدفعه نحو الشيء .
- 6-**اللغة الموحية:** وتلك وسيلة إقناعية صامته تخترق عقل المتلقي بقوة تفوق قوة الكلمات المنطوقة .
- 4- 1 الفرق بين وسائل التعبير الإشهاري:
- (أ) **اللغة المنطوقة والمكتوبة:** لغة صريحة تعبر بالكلمات، وتستخدم وسائلها الخاصة البلاغية من سجع وجناس وتضاد وغيرها من الوسائل المعروفة في داخل النص الإشهاري، لتضيف له عنصر التأثير الصوتي. النفسي. الفكر .
- (ب) **اللغة الرمزية:** وهي لغة تستخدم كلمات في داخلها لترمز بها إلى أشياء أخرى غير دلالتها الأصلية، فيتحول اللفظ إلى رمز يستحضر بدلاً من معناه الأصلي معان أخرى، هي لغة منطوقة ومكتوبة، لكن بدلالات جديدة، نحو: كلمة يهودي التي ترمز في بعض المجتمعات إلى البخل وصفات أخرى .
- (ج) **اللغة الإيحائية:** هي ألفاظ لديها قدرة على الإيحاء بمعان غير منطوقة أيضاً، ولكنها ترتبط بمعان نفسية واجتماعية وثقافية تستحضرها عند النطق بهذه الألفاظ .
- (د) **اللغة الانفعالية:** هي اللغة التي تحمل طاقة انفعالية تثير في نفس المتلقي طاقة تدفعه إلى الاتجاه نحو جهة معينة، يحددها له المتكلم، ويستجيب هو لها كمتلق، في خضوع تحت تأثير الطاقة الانفعالية التي أثرت فيه، فهي تخترق لا شعوره، وتلج داخل مخازن فكره وأماله، فتفتحها على مصراعيها أمامه فينقاد صاغراً، بل مسرعاً مهللاً نحوها، بتأثير تلك الطاقة الانفعالية التي أيقظت فيه كل هذه الأشياء، وأخرجتها من مستودعها، فما أخطرها من لغة ! .

الفصل السادس الفضاء الذهني للإشهار

1- ما هو الفضاء الذهني؟:

جملة المعلومات المنظمة المتعلقة بالمعتقدات والأشياء، فكل ما في أذهاننا من معلومات راسخة منظمة عن المعتقدات التي نعتقدها والأشياء التي حولنا أو نتصل بنا، قد بنيناها عن طريق التجربة والمعرفة والمعاشية، هذه المعلومات تكوّن لنا صورة لهذه المعتقدات، وتلك الأشياء هي صورة رمزية فيكون بناء الأفضية الذهنية في جميع الأنشطة الرمزية لعل أبرز ممثل لها هو النشاط اللغوي، فالمتكلم إنما ينشئ ما لا نهاية له من الأفضية الذهنية في جميع الأقوال التي يجرها من قبيل المحادثات، والقصص والخرافات والشعر والرواية والمسرح

... تنشأ الأفضية الذهنية نشوءاً فورياً في أثناء الكلام، وتتعدد وتتنازل، كل ذلك بوجه أن - قولي (فوريّ أني) فالفضاء الذهني بنية عرفانية تُبنى فيها المجالات وتنظم وتترابط بأنواع من الترابطات ما بين المجالات. ففي قولنا مثلاً: يبدو زيد شاباً في هذه الصورة، ينبني فضاءان ذهنيان أولهما: واقعي هو شخص زيد في العالم الحقيقي، أي كما يعرفه المتكلم والسامع على هيأته الواقعية وهي مستمدة من التجربة والمقام، وثانيهما: فضاء ذهني هو الصورة التي تعرض ملامح الشخص زيد، ففي كل واحد من الفضاءين يوجد زيد، وهما نظيران ويتربط الفضاءان عرفانياً على أساس التطابق ما دام المعروض في الصورة شبيهاً بالمعلوم في الواقع (1).

لهذا يندرج في مفهوم الفضاء جميع ما يمثل إطاراً للعيش اليومي وللعمل والدرس والتنقل والسفر، وكل ما يتصل بالجغرافيا والمحيط والبيئة والأبعاد والتضاريس والمسافات ... كما يضم كل ما كان مكاناً أو فضاء تتوزع فيه العناصر من قبيل اللوحة المرسومة أو الصفحة المكتوبة... (2).

هذا هو الفضاء الذهني كما ذكر الأزهر الزناد، إذن فمن أين أتت كلمة فضاء وكلمة ذهن؟ إنه سؤال يعيدنا إلى نقطة البداية.

(1) نظريات لسانية عرفانية: د. الأزهر الزناد، الدار العربية للعلوم، 2010م، ص 206 و 207.
(2) النص والخطاب: مباحث لسانية عرفانية، د. الأزهر الزناد، دار محمد علي للنشر، تونس، 2011م ص 170.

وهو ما هو الفضاء؟ وما هي طبيعته؟ إنه الفراغ الجوي الذي نعيش فيه، ومن طبيعته أنه يحيط بنا من كل الجهات، بل يحيط أيضا بكل الأشياء والأشخاص الذين حولنا، ويحمل في داخله مجموعة من الأشياء، والأحداث التي تمت فيه وفي زمانه ومكانه .

أما الذهن فهو العقل الإنساني، الذي نفكر به ونفهم ما حولنا بواسطة، فإذا صنعنا تركيبا إضافيا من الكلمتين السابقتين (الفضاء + الذهن) رأينا كيف تبدو الصورة الجديدة، إنها تشير إلى شيء جديد إلى المكان الذي تصنع فيه الصور المركبة من الأشياء والأحداث والأشخاص، ثم تدون وتحفظ فيه .

لقد ذكر د. الزناد مثالا لذلك هو صورة زيد القديمة وصورته الحالية؛ وهنا تبدو المقابلة بين الفضاءين، الأول: صورة زيد الماضية تصنعها أشياء . منها ملامحه القديمة والأحداث التي كان يحياها في تلك الفترة السابقة وسجله الكامل. أما الصورة الثانية: فتصنعها ملامح جديدة له، وأحداث جدد عليه ومناصب تولاها، وربما مسكن جديد يحيا فيه الآن، إنها مقابلة بين فضاءين، الأول تصنعه الصورة الورقية، والثاني تصنعه الصورة الواقعية .

1 - 1 الإشهار والفضاء الذهني:

يشتغل الفضاء ضمن آليات صياغة الصورة الإشهارية باعتباره عمقا استراتيجيا في التوليد والتلقي والتأويل، إنه الوعاء الذي تتحقق داخله، ومن خلاله ووفق إكراهاته مجمل الوضعيات الإنسانية الحاضرة للمنتج موضوع الدعاية⁽¹⁾ فكل منتج، وكل فكرة يُعلن عنها تحتاج إلى تحديد لها في عقل المتلقي، لذا يقوم الفضاء الذهني باحتضان تلك الفكرة أو المنتج بخلق صورة لها في الذهن، فالفضاء الذهني هو أساس كل تصور وتمثيل وأساس تشكيل المخيال، فالمخيل يجتاح فضاء أحلامنا ويمنحه توجهات نوعية، إنه السند الأساسي لكل إدراك، ولكل تذكر، فليس غريبا أن ننظر للأشياء من خلال أشكال تحيزها أكثر من الانتباه إلى بعدها الزمني⁽²⁾ فالتفاحة التي في حيز عبارة عن طبق فاكهة جميل مزين؛ تلقي قبولا من الأكلين، على العكس من ذلك لو كانت هذه التفاحة ذاتها في صندوق النفايات والقمامة؛ فتلقي صدودا

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 167.

(2) المرجع السابق: 172.

وإعراضاً من الأكلين، فكل من الطبق والصندوق يمثلان الفضاء الخارجي الذي توجد فيه التفاحة، فإذا ذكرت لك هذا الوصف للحيزين أو الفضاءين، فإن ذهنك يستدعي من الذاكرة هاذين الفضاءين ويقارن بينهما، ويخبرنا من خلال خبرته السابقة عن الفرق بينهما، وأيهما أفضل، ولولا هذا الفضاء الذهني الذي لدينا جميعاً، وما نخزنه فيه من خبرات سابقة اكتسبناها على مدى حياتنا كلها وتجاربنا فيها؛ ما كان لنا أن نفهم، أو ندرك الفرق بين التفاحة في الوسيطين أو الحيزين السابقين، فالفضاء الذهني موجود لدى كل فرد في المجتمع، وهو مخزن تلك الخبرات السابقة التي يستدعيها الذهن عند التفكير؛ للقيام بعمليات (الإدراك والفهم والتفكير والاستدعاء والتذكر) فليس غريباً أن ننظر إلى الأشياء من خلال أشكال تحيزها، فالحيز المكاني للتفاحة (الطبق، الصندوق) مكّننا من إدراك الفرق بينهما، دون النظر إلى البعد الزمني في الحاليتين، فلو أدخلنا البعد الزمني على التفاحة في الطبق فقط؛ لرأينا نتائج أخرى، حيث نجد أن ترك التفاحة في طبق الفاكهة لمدة أسبوعين مثلاً، وقارناً بين حالتها في الزمانين لوجدنا أنها قد أصابها العطب والتعفن، هذه قيمة إدخال البعد الزمني في القضية مع تثبيت البعد المكاني أو العكس .

إن جوهر الفضاء الذهني هو عمله داخل الذهن عن طريق التخيل والتصور فالفضاء الذهني هو المصنع الذي تصنع فيه الصورة، ويُنبي فيه التخيل، وهو يعمل بصورة آنية فورية في وسط الحدث الذي نعيشه، وأثناء الكلام، ولولاه لما تمت عمليات التواصل بين البشر، باستدعاء الغائب، واستحضار الحدث، وتصور القضية، فنحن من مكاننا هذا يمكننا أن نتفاعل بفضله مع الآخرين؛ ولو كانوا في مكان بعيد.

1 - 2 عمل الإشهار في الفضاء الذهني:

واستناداً إلى هذا العمق الأسطوري والمخيال؛ تحاول الصورة الإشهارية تجاوز إكراهات التمثيل الواقعي للفضاء من خلال منح طابع رمزي لكل أشكال الوجود التي تتم في الفضاء (1) الخيال ذو العمق الأسطوري ليلعب دوره في عمل الإشهار؛ فيجعله يتجاوز الواقع الذي نحيا فيه إلى عالم الخيال، مستعينا بفضاء ذهني جديد، يخلقه في ذهن المتلقي؛ فيمنحه طابع الرمزية في كل شيء، فنري الأشياء وكل أشكال

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 172.

الوجود والكائنات والأماكن الممثلة في أذهاننا بصورة جديدة، هذا يجعل الخطاب الإشهاري، وهو يحاول رسم حدود تتم داخل فضاء لا يأسر بل يحرر، ويدفع إلى التمثيل اللامتناهي، يحتفي بالمحيط أكثر من احتفائه بالمنتج (فالحديقة الغناء والمياه الجارية والجبال الشاهقة).. الخ ليست كذلك في ذاتها، بل هي كذلك في ارتباطها بصور نمطية مستبطنة، وعادة ما يستحضرها المستهلك بشكل لا واعي كلما وجد نفسه أمام تمثيل فضائي لا يكتفي بتوجيه العين نحو مدرك بصري، بل يحفز العين علي استثارة الأبعاد الرمزية لهذا التمثيل الفضائي... وهي أبعاد لا يحيل عليها الشيء، بل هي مودعة في الخبرة الإنسانية التي تجنح دوما إلى إبداع المعاني الإنسانية في أشياء الكون وكائناته (1).

نوضح هذه العملية الميكانيكية التي يقوم بها الإشهار في توجيه المتلقي إلى غاياته التي يقصدها، فيعمل في الفضاء الذهني من خلال المراحل الآتية:

المرحلة الأولى: فصل العقل عن الواقع عن طريق تجاوز إكراهات التمثيل الواقعي للفضاء الذي يعيش فيه الفرد، بمنح طابع رمزي لكل أشكال الوجود التي تسكن في هذا الفضاء .

المرحلة الثانية: التحرر من قيود الفضاء السابق؛ بالدفع به إلى التمثيل اللامتناهي، فيبدأ بتصوير الأشياء بشكل خاص يخالف الواقع، ويندفع إلى الأبعاد الرمزية لهذا التمثيل الفضائي؛ الذي كونه من خبراته الإنسانية السابقة، فيرى الأشياء بصورة مخالفة للواقع، وما يراه بعينه المبصرة، بل يدفع العين إلى استحضار تلك الأبعاد الرمزية لهذا الفضاء الخيالي الجديد .

مثال: الإنسان الذي يرى موج البحر في صورة ما، وصورة فتاة تخرج من هذا البحر في جمال وشباب، فينطلق مع الإشهار الذي داخل الصورة التي تثير في ذهنه البشري الخبرات الإنسانية السابقة حول زرقة البحر وجماله وجمال الفتاة، فينجذب لهذا المنتج؛ متناسيا واقعه الذي يعيش فيه، ويهيم في فضاء جديد، صنعه له هذا الإشهار، فضاء متحرر من كل قيود الواقع إلى التمثيل الخيالي اللامتناهي " الوصلة الإشهارية تتحقق أساسا من خلال فضاء منتقى بعناية فائقة، هو ما سيشكل مسرح الأحداث المقبلة التي تدور كلها حول المنتج، وتتميز هذه الروابط بالتقيد والتركيب واللا استقرار، إنها الضابط للحدود

(1) المرجع السابق: 173.

الفاصلة بين المدرك كشيء متحقق، وبين المتمثل كواجهات ممكنة الوجود في وجدان الذي يتلقى الصورة⁽¹⁾.

مثال آخر: الحديقة الغناء التي ترسم حدودها وصلة إشهارية ما؛ ليست هي الحديقة التي نصادفها في وسط المدينة، أو بجانب حينا... بل هي الصورة النمطية التي تجعل الحديقة (كل الحدائق) مرادفا مطلقا لجنة مفقودة، أو مرادفا لجنة تغذي الحلم، وتنشط الروح والفؤاد، إنها حديقة موجودة بعين المستهلك، وهي غير ما هي عليه في الواقع، وفي الصورة على حد سواء، إنها مثير لا تكمن قيمته في البصر، بل في الصورة الذهنية التي يولدها الشيء الممثل، وتلك هي طبيعة الصورة الإشهارية، إنها تصفي العوالم وتنزع عنها النفعي لكي تقدم للمشاهد/ المستهلك صورة حياة إيجابية تتحرك ضمن إيجاب مطلق (السعادة والصحة والانشراح والمنزل الجميل والزوجة الجميلة والسيارة الجميلة)⁽²⁾.

هذا ما تصنعه الصورة الإشهارية في الفضاء الذهني للمتلقى الذي يتغير ويتبدل نتيجة لتلك الصور الخيالية التي يصنعها الإشهار في الفضاء الذهني بخلق صورة جديدة مخالفة للواقع تقوم على: عزل الجميل عن القبيح، والمريض عن الصحيح في الذات المتلقية، وفي الأشياء على حد سواء.

1 - 3 دور الفضاء الذهني في نمو الدلالة:

الدلالات التي تنتجها تمثيلات الفضاء، شأنها في ذلك شأن دلالات الأشياء التي تؤثت هذا الفضاء، لا تتحدد في السياقات الفنية من خلال الأبعاد الواقعية لما يتم تمثيله، بل تتحدد من خلال مضاف العين، والتصوير، والصياغة اللفظية، فما يمنح الفضاء الممثل في الصورة الإشهارية... قيمها الدلالية ليس ما يأتيها من الواقع الذي يستوحى منه، بل مصدر هذه الدلالات هو المستودع الرمزي الذي تستمد منه هذه الدلالات قوتها التي تتجاوز الإحالة على شيء؛ لكي تحقق في الذهن والذاكرة والوجدان كل الصور المرتبطة به، ما يعود إلى أبعاده الرمزية في المقام الأول⁽³⁾.

إن الفضاء الذهني أساس كل تصور وأساس تشكل الخيال وهو أيضا مصنع مملوء بالصور والخيالات التي تنطلق منها الصورة

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 168.

(2) المرجع السابق: 171.

(3) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 172.

الإشهارية، فتقوم باختيار من بين ما في هذا المخزون العقلي من الصور والتمثيلات وما يناسبها لتستخدمها كصور إشهارية عن سلعة ما، متناسية الواقع الذي يعيش فيه المتلقي؛ لتبني بداخله فضاءً ذهنيًا جديدًا، باستخدام ألفاظ معروفة وقديمة، ولكن بدلالات جديدة، فرضها الفضاء الذهني الجديد الذي صنعه تلك الصور الإشهارية، بعيدا عن الواقع وإكراهاته، فهي حقا دلالات جديدة أنتجتها تمثيلات الفضاء الإشهاري الجديد، فترى الأشياء في شكل جديد، على الرغم من وجودها السابق ضمن هذا المجزون .

مثال قرآني:

﴿يَا صَاحِبِي السِّجْنِ أَرَبَابٌ مُتَّفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمْ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ﴾

[يوسف: 39] .

لقد اتجه يوسف عليه السلام في إشهاره عن ربه إلى جهة معينة فرضت عليه اختيار صفتين فقط من صفات الله تعالى، هما (الواحد القهار) دون سائر صفاته سبحانه، سعى من خلالهما إلى بناء فضاء ذهني جديد لدى هؤلاء السجناء، راعى في الفضاء الجديد الفضاء الذهني الأصلي لهما الذي لا يعرف في مخزونه سوى صورة الرب القاهر الظالم، والضعف الإنساني والاستعباد والذل الذي يعيشون فيه، لقد اخترق هذا الفضاء الذهني القديم؛ ليبنى فضاءً ذهنيًا جديدًا، بدلالات جديدة، لم يرها من قبل أحد منهما، لا في منامهما ولا أمانيهما، صورة الرب المخلص الناصر القاهر لأعدائهم ، وهذا الرب لا بد أن يكون متصفا بصفتين أساسيتين هما: الوجدانية والقهر، فقد جربا من خلال خبراتهما السابقة تعدد الأرباب وصراعاتهم، الذي لا يدفع ثمنه سوى السجناء الضعفاء، ولهذا كان الأفضل لهما ربا واحدا، كذا الصفة الثانية لهذا الرب بعد الوجدانية وهي القوة القاهرة، فيحدث إعادة بناء دلالي لمعنى القهر في فضائهما الذهني التي كانت تعنى الظلم، والسطوة عليهما لتحمل دلالة جديدة، وهي القوة والحماية لهما التي ستنجيهما من أعدائهما. لقد اتسعت دلالة الكلمة للمعنى الجديد، نتيجة لاتساع الفضاء الذهني لهما من خلال هذا الوصف للرب الجديد (الواحد القهار)، إنه لم يعد إشهارا عن رب جديد، ولكنه بناء لتصور جديد لمعنى الرب في الفضاء الذهني لهما، ويمكن إدراك قيمة هذا التحول من خلال هذه المقارنة بين الفضاءين في الشكل الآتي :

الفضاء الأول: أرباب متصارعون + سجناء ضعفاء + حياة ظلم وقهر << فضاء كئيب حزين، يحيا فيه هؤلاء السجناء مقهورين .
الفضاء الثاني: رب + واحد + قهّار << فضاء يشملهم بالأمن والحماية والقوة .

لقد صُنِعَ هذا الفضاء الجديد من خلال توسيع دلالة كلمة قهّار: (قهّار) بمعنى محطم وفاتك للشخص << (قهّار) محطم. فاتك لأعداء الشخص .

هناك حاجة غير مرئية داخل المستهلك هي ما نسميه عادة بالحاجات الدفينة، كالرغبة في الهيمنة والظهور والحب والعدوانية والامتلاك تدفع بالصورة الإشهارية إلى تجاوز المعطى المباشر، والبحث عن الفضاءات القادرة على استيعاب هذه الأبعاد في الذات الإنسانية. لذا، فإن تعامل الإشهار مع الفضاء لا يختلف كثيرا عن تعامل الفكر الأسطوري معه . فإذا كان الفضاء لا يشكل في هذا الفكر صورة خالصة، بل قوة غامضة تفرض سلطتها على مادية الأشياء وعلى حياة الناس، فإنه في الإشهار أيضا لا يشكل مسرحا محايدا لما يجري، بل هو كذلك باعتباره بعدا رئيسيا في ما سيجري، ومن خلاله تتحدد دلالات ما هو معروض (1).

إن الرغبة الدفينة لدى صاحبي السجن هي وجود أمن وحماية لهما؛ فتدفع إليهما الصورة الإشهارية بشخص واحد يحقق لهما ذلك، ربما يسمعان اسمه لأول مرة هو (الله) يتجاوز في قوته وهيمنته الواقع البشري فهو ليس قاهرا بل قهّارا، وهي صيغة مبالغة تفيد معنى كثرة القهر، فإذا أسندت لله تعالى لم تعد للمبالغة، ولكن تعنى القوة التي لا حد لها ولا يتخيلها البشر، فيبحث السجينان في الذاكرة والفضاء الذهني لهما عن شخص بهذه المواصفات، فتظهر لهما هذه الشخصية في ما يسمعان من أساطير وما فيها من أبطال وما لهم من قوة خارقة، فتبنى لله تعالى صورة آتية من المخزون الأسطوري في الفضاء الذهني لهما، وعليه يعطى هذا الرب قوة أسطورية لم تكن في من سبقه من الأرباب المتصارعة، أنه الواحد القهّار فيهرعون إليه .

إن الفضاء الذهني يتخلص من خلال التمثيل ذاته من إكراهاته السابقة، ليفتح أمام المتلقي عوالم من طبيعة خاصة، لذلك فانثناء مقطع فضائي داخل الصورة الإشهارية لا علاقة له بخلق " احتمال واقعي"، كما هو شائع في النصوص اللفظية بل يروم غاية أخرى، هي تحويل

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 175.

الفضاء المنتقى إلى قوة للاستيهام الانفعالي الذي يقذف بالذات المستهلكة إلى عوالم سحرية تعود بها إلى صور نسيها عقلها، ولكنها استمرت في وجدانها على شكل رغبات مبهمه نادرا ما تتبين كنهها أو تنتبه إلى مضامينها الحقيقية (1).

مثال آخر (جنة الخلد):

يأتي ارتباطنا بجنة الخلد نتيجة عمل الفضاء الذهني فينا، فهو المسئول عن هذا الارتباط، إن ما يخلقه لدينا وصف الجنة من فضاء ذهني عنها، صنعه لنا خيالنا؛ لنهيم فيها بعوالمها المختلفة، ونسبح مع كل وصف من الله لها، بل نحيا ونعيش ونتعاش معه، هو فضاء ذو أبعاد ممتدة من التماهي في اللانهائي من الخيال الواسع، ومع ذلك فهو خيال محكوم عليه بالفشل، لماذا؟ لأن كل ما يبدعه خيالنا من صور ذهنية ويصنعه من أفضية لتلك الصور عن جنة الخلد ليس حقيقة، فقد أبلغنا الرسول الكريم: **(أن الجنة فيها ما لا عين رأت ولا أذن سمعت ولا خطر على قلب بشر)** فما فيها من نعيم أكبر من تخيلنا، وأكبر من مجرد أن يخطر على خيالنا المحدود، هذا معنى التماهي في الخيال لعظمة الدار، فإن ما فيها من نعيم أكبر من أن نتخيله عقولنا، وإن تماهت فيه .

ولكن لماذا نرتبط بها؟ ونؤمن بها؟ رغم أن حقيقتها أكبر من تصورنا لها ! .

لو نظرنا إلى الجنة كما وصفها رسولنا الكريم علي أنها سلعة الله وهي سلعة غالية، وفكرنا في وصف صاحب السلعة لها بقوله تعالى:

﴿وَسَارِعُوا إِلَىٰ مَغْفِرَةٍ مِّن رَّبِّكُمْ وَجَنَّةٍ عَرْضُهَا السَّمَاوَاتُ وَالْأَرْضُ أُعِدَّتْ لِلْمُتَّقِينَ﴾ [آل عمران: 133] .

لنرى التحام صنع الخيال مع الواقع المادي، حيث يمزج الحق بينهما دائما عند وصفه لشيء غيبي، فيأخذ جانبا من الشيء الغيبي؛ عرض الجنة؛ فيمزجه بشيء مادي نراه بأعيننا، هو ما بين السماء والأرض، ليتجسد الغيبي من خلال المادي الملموس، فيمكن لعقولنا أن تبني فضاءً ذهنيًا للشيء الغيبي وقد تم بناء هذا الفضاء الذهني عن الجنة على المراحل هي :

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 178.

المرحلة الأولى: إثارة المتلقي بحثه على سرعة اقتناء السلعة (وسارعوا) وهو يشبه ما نسمعه من المعلنين عن سلعتهم بقولهم: (أسرع قبل أن تفوتك الفرصة) .

المرحلة الثانية: تحديد السلعة (مغفرة من ربكم + جنة) .

المرحلة الثالثة: وصف السلعة (عرضها السماوات والأرض) .

المرحلة الرابعة: مَنْ يستحق السلعة (أعدت للمتقين) .

وتأتي عملية الإعجاز في بناء فضاء ذهني لمساحة الجنة، فعرضها ما بين السماوات والأرض، إذن فطولها أكبر، ومع تطور الاكتشافات العلمية تبين لنا أن ما بين السماء الأولى والأرض ملايين السنوات الضوئية أي مساحة تعجز عقولنا عن استيعابها، فنتجه معها إلى واقع أكبر من الخيال، تعجز عن إدراكه " إن التمثيل الإشهاري للفضاء، عملية قائمة على الدفع بالفضاء إلى تسليم أسرارهِ المخيالية الكامنة فيه من أجل تحويله إلى بؤرة متحركة منتجة للصورة، وقادرة على استيعاب الصور اللامتناهية للعين التي ترى المنتج وتتأملهُ... أن الإدراك في حالة الصورة الإشهارية لا يستدعي الشيء موضوعاً له. بل يفتح من خلال الشيء المدرك على عوالم سحرية لا يمكن أن تتجسد في الواقع، بل هي كذلك في أحلام مستهلك تستدرجه الصورة لكي يعيش نشوة الاستيهام كبديل افتراضي لواقع روتيني⁽¹⁾ .

هذا القول ينطبق على تصوير الحق تبارك وتعالى في إشهاره عن مساحة الجنة، فوصف العرض أنه ما بين السماوات والأرض؛ فتح الباب للخيال لبناء فضاء ذهني؛ يتم فيه تصور هذه المساحة من خلال هذا الشيء المادي المدرك، على عوالم سحرية لا يمكن أن تتجسد في الواقع الحالي فهي عوالم غيبية، وما قد يصل إلى أحلامنا من تصور عنها غير حقيقي. فيعيش فيها المؤمن نشوة التأمل، بل إنه يستغرق في تخيلها ومعاشتها؛ حتى يشعر أنه يعيش في داخلها في التو واللحظة، فيقول هذا الصحابي الجليل؛ وهو مقدم علي تقديم روحه في سبيل الله في الحرب إنني لأشم ريح الجنة، لقد وصل إلى مرحلة الاستغراق في التخيل، وبناء الأفضية الذهنية التي توصله إلى درجة المعاشة بسبب قوة يقينه والإيمان بصدق الواصف لها سبحانه .

إن وظيفة كل تمثيل فني هي تخليص الفضاء من ماديته المباشرة، وتحويله إلى حاضن لصور نمطية أولية ستمكن العين المشاهدة من

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 174.

التحرر من إكراهات الإدراك الواقعي الذي يأسر النظرة، ويقلص من حقل نظرتها (1) لقد تخلص هذا الصحابي من إكراهات الإدراك الواقعي؛ لينفتح مع الفضاء الذهني الجديد مع عوالم من الخيال؛ فيعيش فيها، ويقول: إني أشم ريح الجنة .

نموذج لصناعة الفضاء الذهني في الإشهار القرآن:
نذكر هنا نموذجا قرانيا عظيما علي عملية بناء الفضاء الذهني للمتلقي، وأمر الله تبارك وتعالى لنا أن نقوم بعملية بناء الأفضية؛ لنفهم قرانه، و ذلك من خلال إشهاره سبحانه عن نفسه، قائلاً :
﴿اللَّهُ نُورُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ مِثْلُ نُورِهِ كَمِشْكَاةٍ فِيهَا مِصْبَاحٌ الْمِصْبَاحُ فِي زُجَاجَةٍ الزُّجَاجَةُ كَأَنَّهَا كَوْكَبٌ دُرِّيٌّ يُوقَدُ مِنْ شَجَرَةٍ مُبَارَكَةٍ زَيْتُونَةٍ لَا شَرْقِيَّةٍ وَلَا غَرْبِيَّةٍ يَكَادُ زَيْتُهَا يُضِيءُ وَلَوْ لَمْ تَمْسَسْهُ نَارٌ نُورٌ عَلَى نُورٍ يَهْدِي اللَّهُ لِنُورِهِ مَنْ يَشَاءُ وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ﴾ [النور: 35] .

ما أعظم هذا الوصف للذات الإلهية ! فهو سبحانه يقول: أنا نور السماوات والأرض، يا من تحاول معرفة نوري، اعلم أن مثل نوري (وليس نوري) ك:

أ-المشكاة: كوة في الحائط غير نافذة، يوضع فيها المصباح قال الراغب الأصبهاني: قال تعالى: (كمشكاة فيها مصباح) وذلك مثل القلب، والمصباح نور الله فيه(2) فإذا أردت معرفة كيف نور الله سبحانه؛ فعليك أن تبني داخل عقلك صورة للفضاء ذهني تضع فيها هذه الأشياء، كوة في الحائط تسميها العامة في ريف مصر الطاقة، يضعون فيها المصباح الصغير، وهي غير نافذة إلى الجهة الأخرى؛ حتى لا يداهما الهواء المار بالغرفة، فيطفئها .

- ب-المصباح: هو المصباح الذي يضعه الناس في تلك الكوة .
- ج -الزجاجة: هي تلك الزجاج التي نضع المصباح بداخلها .
- د-الكوكب الدرّي: هذه الزجاج تشبه الكوكب الدرّي.
- هـ -الشجرة : شجرة مباركة زيتونة .

(1) المرجع السابق: 175.
(2) المفردات في غريب القرآن: 391، وانظر معجم ألفاظ القرآن الكريم. ط مجمع اللغة العربية القاهرة 1989م، ج 1، ص 639 .

صفات مكونات الصورة :

- (1) صفة المشكاة << بداخلها مصباح .
- (2) صفة المصباح << بداخل زجاجة .
- (3) صفة الزجاجة << تشبه الكوكب الدرّي .
- (4) صفة الكوكب << يوحد من شجرة .
- (5) صفة الشجرة << مباركة + زيتونة + لا شرقية ولا غربية

(6) صفة زيتها << يكاد زيتها يضيء، ولو لم تمسه نار .

(7) صفة نوره << هو نور علي نور .

لو حاولنا رسم فضاء ذهني لتلك الصورة المركبة؛ لرأينا كيف يعمل الفضاء الذهني في بناء صورة مبسطة لنور الذات الإلهية، وما تلك العملية إلا وسيلة لتفهيمنا عظمة نور الله، فبدأ تبارك وتعالى من الأكبر إلى الأصغر لتستوعبه عقولنا البسيطة المحدودة، ويعود للوصف الحقيقي لنوره؛ فهو نور علي نور .

المرحلة الأولى: الوصف العام لله: فهو من البداية نور كل الأكوان، ولكننا لا نفهم حدود الأكوان ولا الكون الذي نعيش فيه (أقصد عقول من نزل عليهم القرآن) فكان البديل لذلك هو اختيار أكبر شيء في تصورهم؛ وهو السماوات والأرض، ولذا لم يقل الله نور الأكوان كلها

المرحلة الثانية: الوصف المبسط من خلال نموذج مادي ملموس (المشكاة) .

المرحلة الثالثة: تعميم وإجمال بعد تفصيل، حيث أجمل وصفه المبسط لهذا النور بالمشكاة وما بداخلها، بعرض الصورة العامة لنوره سبحانه، وهي الصورة الحقيقية لنوره؛ فهو نور علي نور .

عالم الأفضية الذهنية في الصورة:

تعج هذه الصورة بالأفضية الذهنية، كل فضاء يحتاج إلى لوحة مستقلة لكي ندرك الصورة الكلية لتلك اللوحة التي تصور نور الله سبحانه، هذه الأفضية:

(1) الفضاء الأول: (الله نور السماوات والأرض) يحتاج هذا الوصف لبناء فضاء ذهني يمثل نور الله الذي يشمل كل ما في السماوات والأرض من نور. (علي وجه حقيقة نور الله، وليس التشبيه) .

(2) الفضاء الثاني (مشكاة فيها مصباح) هذا المصباح بداخل زجاجة، في كوة، فضاء مركب للمصباح (علي سبيل التشبيه لا الحقيقة).

(3) الفضاء الثالث (الكوكب) فضاء فيه الزجاجة تشبه في نورها النور الآتي من كوكب دري (علي سبيل التشبيه لا الحقيقة).

(4) الفضاء الرابع (شجرة مباركة) هي مصدر ضوء هذا الكوكب تمد المصباح بالنور، اختار شجرة لتكون طاقة ضوئية متجددة مستمرة وهي مباركة ليشير إلى النماء الدائم لضوئها المستمر، وهو فضاء مركب من: الشجرة وزيتونها وزيتها الذي يكاد يضيء بلا نار .

(5) الفضاء الخامس (عموم نور الله): نور علي نور، إنه يصور في الفضاء الذهني للمتلقي طبقات النور فوق بعضها، كيف يكون نور الفضاء الذي هو نور فوقه نور! وكيف تكون كثافة وسمك النور المكون من طبقات فوق بعض! (ذلك على وجه الحقيقة لا التشبيه) .

من هذه الأفضية الذهنية نرى كيف يعمل كل فضاء ذهني على بناء جانب من الصورة الكبرى (الصورة الذهنية لنور الله تعالى) وكلها في مجملها تعد مثلاً لنور الله (علي وجه التشبيه) الذي عم بنوره سبحانه كل شيء فشمل السماوات والأرض بل الكون كله، وأكوان من خلق الله لا نعلمها نحن .

مراعاة القدرة العقلية للمتلقي:

راعى الحق تبارك وتعالى في وصفه لنوره القدرة العقلية للمتلقي، وهم أهل الجزيرة العربية في ذلك العصر، ومن حولها وبدا ذلك فيما يأتي :

1- الله نور السماوات والأرض: فذكر أن نوره يشمل السماوات والأرض مع أنه أكبر من ذلك؛ لأن السماوات والأرض أكبر شيء في علمهم .

2- عناصر التشبه مأخوذة من البيئة التي يعرفونها: المشكاة والسماوات والأرض والمصباح والزجاجة والكوكب والشجرة والزيت والزيتون .

3- مصدر النور في المصباح: زيت شجرة الزيتون؛ لأنهم لا يعرفون مصدرا للضوء سوى الزيت أو النار فقط .

الباب الثاني

الإشهار والنظريات اللغوية الحديثة

- الفصل الأول : النظرية العرفانية والإشهار
- الفصل الثاني : نظرية المزج المفهومي والإشهار
- الفصل الثالث : النظرية التداولية والإشهار



مَكْتَبَةُ
لِسَانِ الْعَرَبِ

رابطہ بدیل
lisanerab.com

أ. علاء الدين شوقي

www.lisanarb.com



تقديم

يستند الإشهار في صياغته وإخراجه إلى نظريات متعددة تهدف كلها إلى تحقيق الغاية الأساسية التي لا تتغير؛ وهي اقتناء المنتج أو القبول عن طواعية بأداء قيمة الخدمة المقدمة (1).

إن النظرية هي منهج نما وتطور من نظرة إلى قانون، ثم أصبح نظرية والمنهج في حقيقته هو طريقة في معالجة قضية ما، وفي موضوعنا (الإشهار) نجد كثيرا من النظريات التي تناولت الموضوع بالدراسة والتحليل وسعت تلك النظريات إلى دراسة الكيفية التي يعمل بها الإشهار في تسويق سلعه بأنواعها، ويقوم ذلك على عنصر هام؛ هو إقناع المتلقي بصدق هذا الخطاب الإشهاري .

لقد تناولت كل نظرية جانبا من القضية باستقلال تام يوحى للدارس أن هذه النظرية قد تناولت الجانب الوحيد الجدير بالدراسة. لكن الدراسة الجادة العلمية ترى في كل نظرية جانبا من القضية جديرا بالدراسة بشكل مستقل، لهذا يجب أن ندخل في دراستنا حول هذا الموضوع أكبر قدر ممكن من النظريات التي سنتولى كشف اللثام عن هذا العمل الذي يبدو تجاريا محضا وهو في حقيقته له ارتباط بعلوم شتى تدخل في صناعته .

أهم النظريات في دراسة الإشهار:

نذكر بعض النظريات التي تناولت الإشهار بالدراسة، ثم نختار منها ما سنجعله محور دراستنا المقبلة وهي:

- 1- نظرية القيمة.
- 2- النظرية السلوكية.
- 3- النظرية السيكولوجية.
- 4- النظرية الاجتماعية.
- 5- النظرية الجمالية.
- 6- النظرية الاقتصادية.
- 7- النظرية التداولية.
- 8- النظرية العرفانية.
- 9- نظرية المزج المفهومي .

سوف نحاول تحليل الإشهارات التي سندرسها من خلال نظريات

هي:

- 1- النظرية التداولية.
- 2- النظرية العرفانية.
- 3- نظرية المزج

المفهومي

وسأقوم بدراسة هذه النظريات هنا علي المراحل التالية:

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 54.

أولاً: عرض مفهوم النظرية مع تعريف بسيط لها.
ثانياً: بيان علاقة النظرية بالإشهار، وبيان كيفية توظيفها في خدمته
ثالثاً: ذكر أمثلة تطبيقية لبيان صحة العلاقة بينهما من خلال
إشهارات موجودة في حياتنا اليومية، وأمثلة من القرآن الكريم .

الفصل الأول

النظرية العرفانية والإشهار

1- العرفانية:

ظهر هذا العلم العرفاني ليجيب عن أسئلة مثل: كيف نفكر؟ كيف
نتمثل العالم من حولنا؟ كيف نكتسب المعلومات ونخزنها ونوظفها؟
من خلال علم النفس العرفاني؛ الذي يتقاطع مع علوم مختلفة؛
كالسبيرنطيقا وعلم الأعصاب والفلسفة وعلوم الدماغ وعلم الحاسوب
والأنثروبولوجيا واللسانيات، وغيرها من العلوم التي تسمى بالعلوم
العرفانية. وقد أوضح ذلك لايكوف في قوله: (علم العرفانية حقل جديد

يجمع ما يعرف عن الذهن في اختصاصات أكاديمية عديدة: علم النفس واللسانيات والأنثروبولوجيا والحاسوبية، وهو ينشد أجوبة مفصلة عن أسئلة من قبيل: ما هو العقل؟ وكيف نعطي لتجربتنا معنى؟ وما هو النظام المفهومي وكيف ينتظم؟ هل يستعمل كل البشر النظام المفهومي نفسه؟ وإن كان الأمر كذلك فما هو هذا النظام؟ وإن لم يكن كذلك ما هو بالتحديد ذاك الشيء المشترك بين بني البشر جميعهم في ما به يفكرون؟ فالأسئلة ليست جديدة ولكن بعض الأجوبة جديد⁽¹⁾.

هذا عالم العرفانية وما يتصل به من علوم، ومركز عملها (الذهن البشري) إنه يبحث في تفاعل هذا الجزء الحيوي من جسم الإنسان مع العالم المحيط به؛ فلو حاولنا استثمار هذه النظرية في فهم كثير من القضايا، لتغيرت رؤيتنا لكل ما حولنا، والعجيب في هذه القضية أننا نفعل ما تقول به النظرية، ونفكر علي منوالها دون أن ندري، بل إن جُل ما نقوم به ملاحظة عمل العقل في التفكير في الأشياء، وهو عمل تلقائي لا يمكن أن ينكره أحد، وعليه يجب أن نفكر في هذه النظرية كأداة تدرس ما يقوم به العقل؛ فهي لم تضيف جديدا إلى العقل وعمله، لماذا؟ لأنه عمله الطبيعي يرتبط بوظيفته الحيوية؛ أي التفكير .

1-1 العرفانية والحاسوب:

عالم الحاسوب أحد العلوم التي اخترقتها العرفانية، لذا سنأخذ نموذجاً لذلك، خلال الطور الحاسوبي قام تصور العرفانية على أساس معالجة المعلومات، فجرى تعريف العرفانية؛ بكونها معالجة المعلومات في الدماغ، وما تفعله العرفانية يتمثل في تمكين الفرد من السلوك الذكي من قبيل حل المشاكل وفهم الأشياء وتشتغل العرفانية اشتغال الحاسوب حيث تشفر المعلومات في شكل تمثيلي رمزي تعمل عليه قواعد تشبه الخوارزميات في البرمجيات الحاسوبية... وكان التوجه إلى الدماغ أساساً في تصور العرفانية فلا يمكن الحديث عنها ما لم تربط بنشاط الدماغ.. بل يذهب بعض علماء العرفانية إلى أنّ معرفة الدماغ هي الموصلة إلى ماهية العرفانية والموقفه علي اشتغالها، فيحدث التحول من الحاسوب أساساً ونموذجاً إلى الدماغ أرضية⁽²⁾ .

1 - 2 الإكراه العرفاني والتمثيل الذهني:

(1) لا يكوف 1987 المقدمة .
(2) نظريات لسانية عرفانية: د. الأزهر الزناد، الدار العربية للعلوم، تونس، 2011، ص35.

ويتحدث جاكندوف عن التفاعل الحادث في الذهن البشري بين مجموعة من المدخلات (أي مصادر المعلومات الداخلة للذهن) التي تتم بواسطتها عملية التفكير داخل الذهن بما يعرف بالتمثيل الذهني فنحن لا نفهم الأشياء، ولا نفكر فيها، ولا نراها إذا كانت غائبة عنا؛ إلا إذا كان لها صورة تماثلها، أو تمثلها في الذهن قائلا: " لا بد من مستويات من التمثيل الذهني تكون فيها المعلومة التي تؤديها اللغة منسجمة، والمعلومة الآتية من الأنظمة المحيطة مثل الرؤية، والسمع غير اللغوي، والشم والشعور بالحركة، وهكذا. إذا لم يوجد مثل هذه المستويات، يكون من المستحيل استعمال اللغة في الإخبار عن المدخلات الحسية. ولا نستطيع الحديث عما نرى ونسمع، وينبغي على نحو مماثل أن يوجد مستوى تكون فيه المعلومات اللسانية والمعلومات التي يحتل أن ينقلها النظام الحركي منسجمين، كي تتمكن من تمثيل قدرتنا على تنفيذ الأوامر والتعليمات (1)

لقد سمى جاكندوف هذه العملية العقلية بالإكراه العرفاني، حيث تقوم آلة المعرفة عند الإنسان (العقل) بمعالجة المعلومات الواصلة إليها عن طريق الحواس، وعن طريق اللغة، وبواسطة حاستي السمع والبصر، وكذلك اللمس والشم، لبناء تصور ذهني عن الأشياء، والتفاعل مع المجتمع المحيط بنا، هذا التصور سماه بالتمثيل الذهني، لهذا يقول عن فرضية البنية التصورية: يوجد مستوى واحد من التمثيل الذهني هو البنية التصورية، وفيها تكون المعلومات اللغوية والحسية والحركية متساوقة. أنا أؤكد أن ليس ثمة ضرورة منطقية لوجود مستوى موحد مشترك بين الجهات. ومع ذلك في أسوأ الأحوال، تكون فرضية البنية التصورية (ف. ب. ت) أمثلة idealization معقولة، وفي أحسن الأحوال، هي فرضية قوية جامعة تهم بنية الدماغ (2)

1 - 3 البنية التصورية ودورها في بناء الدلالة:

إذن ما هي البنية التصورية؟ و ما دورها في فهم الأشياء، والتفاعل معها؛ لتحقيق التواصل بين البشر؟

(1) علم الدلالة والعرفانية: راي جاكندوف، ت. عبد الرازاق بنور. المركز الوطني للترجمة، تونس، 2010م، ص67.

(2) علم الدلالة والعرفانية: 69.

إنها المصنع الذي تُجمع به المادة الخام (المعلومات المتوفرة لدى الفرد عن الشيء) وتتفاعل معا في داخله لتقديم تقرير عنها للذهن، ولذا يجب أن تكون البنية التصورية للفرد ثرية في:

(أ) قدرتها التعبيرية كي تتناول كل الكائنات التي يمكن أن تعبر عنها اللغة .

(ب) القدرة التعبيرية كي تتناول طبيعة كل الصيغ التجريبية الأخرى .

كيف يُبنى المعنى في الذهن ؟

إن هذا الأمر يدفعنا إلى البحث في مستوى أعمق في ذهن الفرد، عن كيفية بناء المعنى في الذهن الفرد، من خلال ذلك الإكراه العرفاني، وفرضية البنية التصورية، والتمثيل الذهني للأشياء والأفكار وأثرهم في تكوين البنية الدلالة .

إن ما طرحه جاكندوف من تصور لمعنى الانسجام في التفاعل الحادث بين المعلومات الآتية من الأنظمة المحيطة مع النظام اللغوي؛ يبين حقيقة كبرى، كيف يُصنع المعنى في الذهن بما يعرف بالتمثيل الذهني؟ من خلال مستوى واحد من التمثيل الذهني وهو البنية التصورية ؟

يقول جاكندوف (إن البنية التصورية يمكن أن تكون مستوى أعمق من البنية الدلالية يرتبط بها بمكون قاعدة تسمى في الغالب التداولية، وهي تخصص علاقة المعنى اللغوي بالخطاب وبالخلفيات غير اللغوية)⁽¹⁾ هذه وجهة نظر كاتز وفودور، وهي وجهة النظر التي تبناها جاكندوف إذن هناك مستوى أعمق من المستوى الدلالي يُصنع فيه المعنى، هو البنية التصورية .

1 - 4 فرضية البنية التصورية:

صاغ كاتز وفودور تصورا لفرضية البنية التصورية، وقد تبنى جاكندوف هذه الفرضية، وهي فرضية تربط بين أركان عملية الإدراك اللغوي وبناء المعنى، فداخل عقل كل إنسان آلة عرفانية تضمن سلامة التكوين التصوري وسلامة التكوين الدلالي وسلامة التكوين النظمي وهذه القواعد هي التي تؤدي إلى نجاح عملية الإدراك وفهم المعنى، كل عنصر من هذه العناصر مرتبط بالآخر لتكوين هذا الفهم كما يلي :

(أ) قواعد سلامة التكوين التصوري (ق . س . ت) :

(1) المرجع السابق: 71.

أعمق من الأبنية الدلالية لأنها هي من يكونها، وترتبط هذه القواعد بالأبنية التصويرية التي يصنعها كل من النظام الحركي، والنظام البصري، والتداولية القادمة من الأبنية الدلالية والمغذية لها .

(ب) قواعد سلامة التكوين الدلالي (ق . س . ت) :

وهي تلي ق. س. ت. التصويرية في العمل، حيث تقوم بمراقبة وتكوين الأبنية الدلالية التي تغذيها قواعد التناسب بين الأبنية النظامية للغة والمعجم وقواعد الاستدلال اللغوي، كل هذه الأشياء تتعاون معا في تكوين الأبنية الدلالية .

(ج) قواعد سلامة التكوين النظمي (ق . س . ت) :

تقوم هذه القواعد بمراقبة تكوين النظمي للغة من أصوات صحيحة وتراكيب وأبنية، فيشترك في تكوينها التمثيل الصوتي والمعجم والأبنية الدلالية عن طريق قواعد التناسب .

إذن فالإنسان لكي يتكلم بكلام مفهوم لابد أن تشترك في إنتاجه والمراقبة على إنتاجه وسلامته هذه الأشياء المجتمعة، والمترابطة معا في تدرج يبدأ بالأبنية التصويرية، يقول جاكندوف: " يمكن أن تكون البنية الدلالية مجموعة فرعية من الأبنية التصويرية - وبديلا الأبنية التصويرية التي يحصل التعبير عنها باللفظ فحسب" (1) أي أن البنية الدلالية تابعة للبنية التصويرية، بل إن البنية التصويرية هي من تصنع البنية الدلالية وتكونها، فهي فرع منها، فالدلالة التي نتواصل بها تنطلق من مستوى أعمق هو مستوى البنية التصويرية، الذي هو أساس إنتاج الأبنية الدلالية، وفي إطار دلالة الألفاظ البسيطة نكتفي بالبنية الدلالية . هذا الأمر يجعلنا نحتفي كثيرا بالبنية التصويرية، ودورها في بناء البنية الدلالية، هذا المستوى هو المصنع الذي يتم به الربط بين المعارف والتجارب الفكرية والحسية والحركية والجمالية... إلخ، والألفاظ التي تدل عليها من خلال بناء تصور ذهني عنها، يدخل ضمن بناء كبير في ذهن المتكلم؛ يجمع كل هذه الترابطات والعلاقات بين الدلالة؛ وما تشير إليه في مجموعة من التصورات الذهنية، يقوم هذا المصنع بإنتاج ما يسمى بالبنية التصويرية حول هذه الألفاظ والأشياء التي تشير إليها الألفاظ، أي إنتاج البنية الدلالية (2) .

(1) علم الدلالة والعرفانية: 72.

(2) الاستعارة القرآنية في ضوء النظرية العرفانية: د عطية سليمان أحمد، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة، 2014، ص 38.

مثال: هذا المثال يوضح قيمة البنية التصورية، ودورها في صناعة الدلالة:

جلس عليٌّ في داره بين أبنائه؛ فسمع صوت كلب ينبح ويجري، وشم رائحة دخان أت من جهة غرفة الطهي، وسمع صوت سيارة تقف فجأة في الطريق بعد أن كانت مسرعة، فإذا به بدون أن يتكلم ينطلق إلى المطبخ، وينطلق ابنه الأول إلى النافذة ينظر منها، وابنه الثاني إلى خارج البيت، ماذا حدث لهذه العائلة؟!

(1) الأب: شم عن طريق حاسة الشم رائحة الدخان، فتم ترجمة ذلك في البنية التصورية له التي تحتوى علي تجارب وخبرات سابقة نحو هذا النوع من الروائح، فخرج بدلالة فورية تقول له إن بالبيت حريق فأسرع إلى إخماده .

(2) الابن الأول: فعرض صوت السيارة على بنيته التصورية التي ترجمت هذا الصوت بدلالة معينة، أنه ربما صدمت السيارة أحد إخوته فأسرع إليه .

(3) الابن الثاني: الذي رأي كلبه يجري وينبح، فقد تم ترجمة هذا الحدث بأنه ربما هاجم الكلب أحد اللصوص، فخرج من البيت مسرعا لينقذ كلبه .

هذا المثال يوضح أن المعلومة تصل إلى الذهن عن طريق أحد حواس الفرد أولاً، ثم تدخل إلى البنية التصورية التي تقوم ترجمتها وتفسيرها، وتحويلها إلى دلالة مفهومة معروفة نتيجة للخبرات السابقة، ثم تدفع بالفرد إلى النزوع إلى سلوك ما، ولذا كان الاحتفاء بالبنية التصورية ضروري لفهم المعنى .

النظرية الدلالية للغة الطبيعية جزء فقط من النظرية العامة للبنية التصورية، وقواعد سلامة الدلالة مجموعة فرعية لقواعد سلامة التصورات، والبنية الدلالية الناتجة عن تطبيق قواعد الإسقاط، طبقة خاصة من التصورات (1) .

خلاصة القول: إن البنية الدلالية ناتجة عن بنية أعمق (أي أسبق في العمل من البنية الدلالية) هي البنية التصورية التي تصنعها، فلكي نفهم البنية الدلالية بصورة صحيحة يجب أن نتابع تكوينها في البنية

(1) الفاسي الفهري: 1985، ج2/ 198.

التصورية وعناصر بنائها أولاً، وهذا هو عمل النظرية العرفانية الأساسية .

2 - الإشهار والبنية التصورية:

أدر كنا فيما سبق أن العرفانية دراسة البنية التصورية، ومعرفة آلية عملها كمرحلة تسبق ميلاد المعنى وتمهد له بل تصنعه، وأشار د. البو عمراني إلى العلاقة بين البنية التصورية والإشهار ودور الاستعارة في ذلك في قوله: " فللاستعارات التصورية تجليات في أنظمة معرفية أخرى، نستعملها يومياً بشكل عادي ومألوف دون أن ندرك غالباً طبيعتها الاستعارية. فالاستعارة مندسة في كل تعبيراتنا الثقافية والعلامية تحكم تفكيرنا وضروب سلوكنا ونشاطاتنا، إننا نعيش في عالم ملئ بالاستعارات، فأينما وليت وجهك تجد تجلياتها في اللباس وفي العلامة التجارية وفي الإشهار... وفي غيرها (1) .

لقد ربط بين الاستعارة التي تغزو كل حياة البشر، والبنية التصورية التي تقوم بخلق تلك الاستعارات، وجعل الإشهار أحد ميادين عمل هذه الاستعارة التصورية، فبالاستعارة التصورية يمكن أن نصنع الإشهار، وقد زاد الأمر وضوحاً بقوله: " تبني الإعلانات الإشهارية على عدد كبير من الاستعارات التصورية، ولعل قوة تأثير هذه الإعلانات يكمن في القدرة على اختيار الاستعارات التصويرية المؤثرة والمنسجمة مع ثقافة المستقبل، فالعديد من الإعلانات تكون موجهة لثقافة دون أخرى، لأنها تنسجم مع النظام التصوري لتلك الثقافة (2) .

ويمكن أن نستخلص من قوله هذه النقاط:

أ- يقوم الإشهار على كثير من الاستعارات التصورية .
ب- قوة الإشهار تأتي من اختيار استعارات تصورية مؤثرة ومنسجمة مع ثقافة المتلقي .

ج- دور الثقافة الخاصة بالمتقبل في قبول الإشهار لانسجامه مع النظام التصوري لتلك الثقافة .

إذا كنا نتحدث عن البنية التصورية؛ فإن الإشهار يرتبط بها ويتحرك من خلالها، ويبنى عليها تأثيره في ذهن المتلقي، وذلك من خلال استعارته منها، فصانع الإشهار ينظر أولاً إلى البنية التصورية

(1) دراسات نظرية وتطبيقية في علم الدلالة العرفاني، محمد البو عمراني، مكتبة علاء الدين، صفاقس، 2009م، ص126.

(2) المرجع السابق: 130.

للشعب الذي يقدم إليه منتج ثم يختار منها ما يجعله أداة لتوصيل فكره، ورأيه إلى هذا الشعب، أو إقناعه بمنتجه، فتصبح تلك الصورة الاستعارية، أو ما يمكن أن نسميه بالاستعارة التصويرية وسيلة إقناع، إنه يعمل في منطقة قوية هي تراث وثقافة هذا الشعب، من اقتراض أمثال وعبارات وعادات ملك لهذا الشعب فيبدو قريباً منهم، ومن هنا تبدو الحاجة إلى معرفة الاستعارة التصويرية كوسيلة تعبير .

2 - 1 الاستعارة العرفانية والإشهار :

مفاهيم بعض المصطلحات (العرفانية - الاستعارة - الإشهار):

(أ) العرفانية: هي دراسة عمل العقل في إدراك وفهم كل ما حولنا، وكيف نتفاعل معه، وهل نحن سواء في هذا الإدراك أو الفهم ؟ هذه العملية تبدو غيبية، رغم أننا نلاحظها في سلوكنا وسلوك من حولنا، وغيبيتها تأتي من دراستها لشيء غيبي، وهو عمل العقل، وحقيقتها تبدو في واقعنا الملموس الذي يؤكد وجود هذه العمليات العقلية في حياتنا اليومية .

والعرفانية في التحامها بالعلوم المختلفة؛ أظهرت دور العقل في تلك العلوم وكانت اللسانيات العرفانية إحدى هذه العلوم التي التحمت بها العرفانية، لذا كانت تعمل على دراسة العلاقة بين اللغة البشرية والذهن والتجربة بما فيها (الاجتماعية والمادية والبيئية) .

فاللغة - كما تري العرفانية - وليدة نشاط عرفاني مركوز في المولد العرفانية العامة التي تمثل نشاط الدماغ عضوا ماديا، وتمثل اللغة بكل خصائصها وطبيعتها وانتظامها جزءاً من النظام العرفاني عند الإنسان، ولذلك يكون للغة خصائص هذا النظام العرفاني. فاللغة عرفانية وتواصلية لأنها من خلال مركز عملها (العقل) تحقق التواصل بين عقول البشر .

(ب) الاستعارة: لم تعد الاستعارة ظاهرة ناتجة عن عملية استبدال كلمة بأخرى أو العدول عن معنى حرفي إلى معنى مجازي، بل هي عملية إدراكية كامنة في الذهن البشري تؤسس أنظمتنا التصورية، وتحكم تجربتنا الحياتية، أي أن الاستعارة في جوهرها ذات طبيعة تصورية لا لسانية، إنها عملية تقوم على استغلال آلة الفهم (العقل) في إدراك ما حولنا بخلق مجال مشابه له يؤدي إلى تصور ما لا يستطيع أن ندركه لطبيعته الخيالية، أو أننا لم نره قط، فنحن فيه من خلال تصوره، وفي إطار هذه المشابهة والخلق الجديد من الصور عن طريق

هذه الآلة (التصور العرفاني أي الاستعارة العرفانية) ولذلك قلنا: إن الاستعارة ذات طبيعة تصويرية لا لسانية .

أحدث العرفانيون ثورة في تصوراتنا عن الاستعارة، وتتأسس هذه الرؤية على جملة من المبادئ يمكن ذكر أهمها في النقاط التالية:
- الاستعارة ذات طبيعة تصويرية وما الاستعارة اللغوية إلا تجل من تجلياتها.

- إن نظامنا التصوري قائم في جزء كبير منه على أسس استعارية.
- الاستعارة حاضرة في كل مجالات حياتنا اليومية وممارستنا التجريبية.

- وظيفة الاستعارة تمكيننا من تمثيل أفضل للمفاهيم المجردة، وليس فقط لغايات جمالية فنية .

- المشابهة ليست قائمة في الأشياء، بل في تفاعلنا مع هذه الأشياء.
- الاستعارات التي نحيا بها نتاج تصوراتنا الثقافية، وأي استعارة خارج هذه التصورات الثقافية التجريبية قد تؤدي إلى تعطيل عملية الفهم والتواصل.

لذلك تعرف الاستعارة عند العرفانيين باعتبارها عملية فهم لميدان تصوري ما عن طريق ميدان تصوري آخر، حيث يمكن إيجازها كالتالي :

ميدان التصوري (أ) هو ميدان التصوري (ب) نحو فهم الحياة عن طريق الرحلة، والجدال عن طريق الحرب، والحب عن طريق النار⁽¹⁾

من هذا القول يمكن أن ندرك العلاقة بين الاستعارة والبنية التصويرية، وأن هناك نوعين من الاستعارة، الأولى: الاستعارة القاعدية التي هي استعارة تصويرية التي تبين نظامنا التصوري عن الأشياء والعالم من حولنا، الثانية: الاستعارة اللغوية هي التجليات اللسانية للاستعارة التصويرية، فاللغة هي إحدى الآليات التي من خلالها تتجلى وتتضح هذه الاستعارة التصويرية، أو لنقل بعبارة العرفانيين: إن الاستعارة التصويرية طريقة في التفكير، وأن التعبيرات الاستعارية طريقة في الكلام .

وإن اللغة وإن كانت أهم الأنظمة العلامية التي ندرك من خلالها الاستعارة التصويرية، فإنها ليست الوحيدة في عملية إدراكنا للاستعارة،

(1) دراسات نظرية وتطبيقية في علم الدلالة العرفاني: 124.

فالاستعارة التصويرية تجليات في أنظمة معرفية أخرى، نستعملها يوميا بصورة متكررة اعتيادية دون أن ندرك طبيعتها الاستعارية، وهذه الأنظمة المعرفية هي التي تغذي الذهن بتلك المعلومات والمعارف التي تتبني على أساسها الاستعارة .

(ج) **الإشهار:** إن الاستعارة تمثل أداة في تصور العالم والأشياء، وتمثيلها في جميع مظاهرها، فهي جزء من النظام العرفاني، ولذلك فالاستعارة أداة مفهومة وتمثيل للمفاهيم وتصور العالم، يعم كل مظاهر الفكر ما اتصل منها بالمفاهيم المجردة وبالمجالات الأساسية من قبيل الزمن والأوضاع والمكان والعلاقات والأحداث والتغير والجعل وما إليها.

فالاستعارة عند لايكوف (1992) إسقاط عابر للمجالات في النظام المفهومي، وما العبارة الاستعارية إلا تحقق سطحي لتلك العمليات من جملة تحقيقات أخرى كائنة في الخطاب العادي والإنشائي قياما واحدا(1).

إن الإشهار في أغلبه يقوم على فكرة الاستعارة المفهومية التي هي تمثيل لمجال على أساس مجال آخر، ويمكن تتبع هذه العملية الاستعارية في كثير من الإشهارات في الأمثلة التالية .

3 - أمثلة على الإشهار العرفاني :

(أ) إشهارات عرفانية من الحياة :

يذكر البوعمراني مثالين على ذلك، الأول: " إشهار حول الفياقرا viagra يقدم على النحو التالي: - رجل يحمل عود كبريت .
- يقع التركيز على عود الكبريت برأسه الكبريتي الأحمر .
- يقدح عود الكبريت فيشتعل .
- يشعل شمعة على الطاولة .
- يضع بجانبها وردة حمراء .
- يعلق المذيع: العبرة بالصلاية .

هذا الإشهار بني على جملة من الاستعارات التصويرية، مثل: " الجنس نار"، " الحب حرارة"، " الحب وردة حمراء"، " الرجولة صلاية". ويفهم المتقبل الإشهار ويؤثر فيه عند استحضاره لهذا الزاد من الاستعارات التصويرية الكامنة في الذهن (2).

(1) النص والخطاب: الأزهر الزناد، دار محمد علي للنشر، صفاقس، تونس، 2011م، ص 235.
(2) دراسات نظرية وتطبيقية في علم الدلالة العرفاني: 130.

استعار المشهر مجموعة من الأشياء التي تحمل الطابع الرمزي، ولها دلالة في البنية التصويرية للمتلقي، فعود الكبريت في يد الرجل يستدعي من ذاكرة المتلقي صورة الرجل القوي، ولذلك كان التركيز على رأس العود الكبريتي، كمصدر القوة، كذلك إشعال الشمعة ووضعها بجوار الوردة الحمراء يرمز إلى عاطفة الحب الملتهبة، فأوحى ذلك للمتلقي مجموعة من العبارات التي لم ينطق بها الإشهار، معتمدا على المخزون الذهني لدى المتلقي في بنيته التصويرية وهنا يبدو دور الاستعارة التصويرية في إثارة المخزون الذهني للمتلقي والاستدعاء منه، والاعتماد عليه كمصدر للبنى التصويرية .

المثال الثاني للبوعمراني، وقد اقترضه من فوكونبي وتيرنر: " من أجل إقامة حملة لمقاومة التدخين في كاليفورنيا، وقع تعليق لافتة كبيرة تحمل صورة راع البقر في هيئة انتصاب وشموخ، وهذا الراعي يقول: تحذير التدخين يسبب العجز الجنسي. وبين يديه تظهر صورة سيجارة متهدلة، هذه اللافتة الإشهارية تضم جملة من الاستعارات التصويرية المركبة، شكلت بالنسيج التصوري الذي أقامته قوة تأثيرية كبيرة، ومن هذه الاستعارات: راعي البقر فحل (رمز القدرة الجنسية)، وهو تصور سائد في الغرب الأمريكي، الرجل القادر جنسيا هو الرجل غير المدخن، القضيب سيجارة (صورة السيجارة المتهدلة) .

الإسقاط بين الأفضية: هذه الاستعارات وقع المزج فيها بين فضاءين، الأول تمثله صورة راعي البقر الذي تمثل السيجارة جانبا من رجولته وسلطته الجنسية، ومن هيئته واستقلاله الاجتماعي، والفضاء الثاني تمثله صورة الرجل العاجز جنسيا، حيث سيقع إسقاط خصائص الفضاء الثاني على الفضاء الأول، لتضحى صورة راعي البقر وصورة المدخن عموما (وراعي البقر طراز للمدخنين) هي صورة العاجز جنسيا، هذا الإشهار بما وظفه من استعارات قادر على التأثير في المتقبل وإقناعه بالإقلاع عن التدخين⁽¹⁾ .

إننا أمام فضاءين (فضاء الراعي القوي) و(فضاء الرجل العاجز جنسيا) فنسقط خصائص الفضاء الثاني على الأول؛ ليتحول راعي البقر القوي + السيجارة إلى = رجل عاجز جنسيا، وهنا يظهر دور الاستعارة المفهومية وعملية الإسقاط المفهومي بين الأفضية في بناء البنية التصويرية عن الشيء فقد فهمنا تأثير السيجارة على المدخن؛ من

(1) دراسات نظرية وتطبيقية في علم الدلالة العرفاني: 131.

خلال تحول صورة راعي البقر القوي إلى رجل ضعيف عجز جنسياً، وهذه المقابلة تقوم على عملية الإسقاط لخصائص الثاني على الأول . الاستعارة تقوم على مبدأ أساسي عرفاني يتمثل في أننا نتمثل مجالاً ما على أساس مجال آخر يتوسط علاقات الإسقاط المفهومي، والإسقاط المفهومي: هو جملة التناسبات، تقوم بين مجالين عنصراً بعنصر، أو مكوناً بمكون، فيكون الواحد من المجالين مجالاً مصدراً والآخر مجالاً هدفاً، ويجري بذلك إسقاط المعارف المتعلقة بالمجال المصدر على المعارف المتعلقة بالمجال الهدف وتتمثل عملية الاستعارة في قيام تلك التناسبات⁽¹⁾.

هذه هي عملية ميكانيكية للاستعارة العرفانية في أبسط صورة (من إسقاط معارف المجال الثاني على المجال الأول، لفهم المجال الأول من خلال عملية الإسقاط هذه) ذلك دورها في فهم الصورة الإشهارية وبناء البنية التصورية عنه في ذهن المتلقي .

(ب) إشارات عرفانية في القرآن:

قد فهمنا فيما سبق معنى العرفانية والإشهار العرفاني ودور الاستعارة في ذلك، وذكرنا أمثلة من الإشهار المعاصر توضح عمل الاستعارة المفهومية في الإشهار العرفاني؛ بقي أن نبحث عن وجود هذه الظاهرة في الإشهار القرآني، لقد جاءت هذه الظاهرة إما لتوضح شيء غيبي، أو شيء مادي مستعينة في ذلك بالمعارف المخزنة في البنية التصورية للمتلقي، فكان الحاضر وسيلة لفهم الغائب، كما تفعل الاستعارة المفهومية .

أولاً: وصف الشيء الغيبي بالمادي الحاضر:

(1) وصف مساحة الجنة:

قال تعالى: ﴿وَسَارِعُوا إِلَىٰ مَغْفِرَةٍ مِّن رَّبِّكُمْ وَجَنَّةٍ عَرْضُهَا

السَّمَاوَاتُ وَالْأَرْضُ أُعِدَّتْ لِلْمُتَّقِينَ﴾ [آل عمران: ١٣٣] .

نستطيع أن نفهم مساحة الجنة (عالم غيبي) المجال الأول؛ عن طريق استعارة شيء مادي؛ هو مساحة ما بين السماوات والأرض (عالم مادي) هي المجال الثاني، وذلك من خلال إسقاط المعارف المتعلقة بمجال المصدر (مساحة ما بين السماوات والأرض) وهي معلومة بالعين، ومخزنة في البنية التصورية للمتلقي؛ على المعارف المتعلقة بالمجال الهدف (مساحة الجنة)، وبذلك تبنى في البنية التصورية لنا صورة للجنة، وبذا نكون قد فهمنا شيئاً غيبياً (الجنة) .

(1) النص والخطاب: 236.

(2) قيمة الإيمان بالله: قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ (10) تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ ذَلِكَ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ (11)﴾ [الصف: 10-11].

لقد وصف الحق قيمة الإيمان به وبرسوله بالتجارة الرباحة، التي تنجيك من عذاب أليم؛ وذلك من خلال استعارة شيء مادي (التجارة الرباحة) لوصف شيء غيبي (الإيمان) وهنا تم مراعاة ثقافة المتلقي؛ وهم أهل مكة، فأعظم شيء عندهم وتشتاق إليه أنفسهم هو التجارة الرباحة فهي حرفة الأولى التي يجيدونها ويحبونها، فقدم لهم الإيمان على أنه تلك التجارة التي يحبونها، ويسعون من أجلها في البلاد .
لقد تم استعارة هذا الميدان (التجارة) لفهم ميدان آخر (الإيمان) فتم إسقاط المعارف المتعلقة بالميدان الأول (التجارة) على المعارف المتعلقة بالميدان الثاني (الإيمان) فتحولت معارف الأول وخصائصه الموجودة في البنية التصورية للمتلقي؛ إلى معارف خاصة بالميدان الثاني (الإيمان) المجهول بالنسبة للمتلقي؛ فاستطاعوا أن يفهموه .

(3) الباقيات الصالحات:
قال تعالى: ﴿الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَاتُ الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلًا﴾ [الكهف: 46] .

أراد الحق تبارك وتعالى أن يفهمنا شيئاً غيبياً، وهو قيمة الباقيات الصالحات التي عنده وحده (عالم غيبي) من خلال استعارة المال والبنون (عالم مادي)، فتم إسقاط معارف المال والبنون؛ فهما زينة الحياة الدنيا؛ وهما أشياء معلومة لكل البشر علي المعارف المتعلقة بالباقيات الصالحات الموجودة عند الله، فتنبي لها في البنية التصورية صورة ذهنية تجعله يفهمها ويسارع إليها.

(4) ثواب التقوي في مقابل متاع الدنيا:
قال تعالى: ﴿زِينٌ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَآبِ (14) قُلْ أُوْنِبِكُمْ بِخَيْرٍ مِنْ دَلِكُمْ لِلَّذِينَ اتَّقَوْا عِنْدَ رَبِّهِمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا

الْأَيْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا خَالِدِينَ فِيهَا وَأَزْوَاجٌ مُطَهَّرَةٌ وَرِضْوَانٌ مِنَ اللَّهِ
وَاللَّهُ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ (15) ﴿[آل عمران]

لقد صور الحق تبارك تعالى شيئاً غيبياً؛ وهو جنة الخلد من خلال
استعارة وصف مطول لكل متاع الدنيا الذي زينه سبحانه لنا لنقابل بينه
وبين ما عند الله .

ثانياً: وصف المادي بالمادي:

إشهار عن الأخلاق الحسنة: وذلك من خلال الإشهار عن أنكر
الأصوات كإشهار تحذيري علي لسان لقمان الذي يحذر ابنه من ذلك .
قال تعالى: ﴿وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاعْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ
الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ﴾ [لقمان: 19] .

وهنا إسقاط المعارف المتعلقة بمجال المصدر (أصوات الحمير)
على المعارف المتعلقة بمجال الهدف (الإنسان صاحب الصوت
المرتفع) .

الفصل الثاني

نظرية المزج المفهومي

1 - نشأة نظرية المزج المفهومي:

إنها فرع من النظرية العرفانية تقوم على أدواتها وتستخدم أفكارها،
لقد نشأت نظرية المزج من تساؤل في ما به يكون نشوء المفاهيم
الجديدة في الفكر البشري، بما يتضمن ذلك من الصور والأفكار
والأعمال والمصوغات في جميع المجالات، كما تبلورت للإجابة عن
مسائل يكون بها حدوث المفاهيم مزيجاً من مفاهيم أخرى، فيكون لها
معنى جديد غير متوفر في المفاهيم المتمازجة كأن تعبر عن عجز
الطبيب، وعدم درايته بتسميته جزاراً، أو عن صبر الناقة ومداومتها
في السفر بتسميتها سفينة الصحراء وما إلي ذلك، وقد تبين قصور
نظرية الاستعارة المفهومية للايكوف عن الإحاطة بنماذج من هذا
القبيل؛ إذ لا مجال فيها لتمثيل الطبيب على أساس الجزار، أو للناقة
على أساس سفينة، و يظل السؤال مطروحاً في ما به كان بناء المعنى
الناشئ في كليهما أي الفشل والصبر تباعاً، وقد سعت المجالات التي

اعتمدت فيه آليات المزج، فكان فيها العبارات المتداولة والنصوص الإشهارية⁽¹⁾.

السؤال الذي يطرحه الأزهر الزناد هو إذا كان عمل الاستعارة المفهومية كما يرى لايكوف؛ هو فهم مجال من خلال مجال آخر؛ فكيف نفهم دور العقل وعمله في الجمع بين شيئين لإنتاج شيء ثالث، لم يذكر في النص إلى جانب الشيئين الآخرين؟ فإذا قلنا: زيد أسد، جلس في مجلسنا أسد، فقد استعرنا من الأسد صفة الشجاعة؛ لفهم مجال آخر هو شجاعة زيد (استعارة مفهومية).

المزج المفهومي:

يقوم بالجمع بين مجالين مختلفين لإنتاج مجال ثالث كما في الشكل:
مجال أول (طبيب) + مجال ثان (جزار) <<< مجال ثالث (طبيب فانشل).

ومثله: مجال أول (ناقة) + مجال ثان (سفينة) <<< مجال ثالث (شدة صبر الناقة).

هذا تصور بسيط لعمل نظرية المزج المفهومي وعلاجها للقصور الذي في الاستعارة المفهومية والجديد الذي تقدمه لنا، لقد دخلت هذه النظرية في عالم الإشهار فقدمت فكرتها له؛ بعمل إشهارات تقوم على عملية المزج هذه.

1-1 أصل المزج المفهومي:

هذه الدراسة التي تقوم على المزج بين شيئين لإنتاج ثالث ليست جديدة لأنها تقوم على ملكة عرفانية هي ملكة المزج، فالمزج ملكة عرفانية بمعنى أنها جملة عمليات طبيعية يقوم عليها اشتغال الذهن في جميع مظاهره بصورة طبيعية آلية. والمزج ملكة حركية مرنة عاملة زمن التفكير (أن - قولية)، والمزج جزء من العرفانية الخلفية أو الباطنية تشتغل من وراء الستار مفلتة من الوعي، ويكون ناتجها في مستوى الوعي أعمالا عرفانية بسيطة مباشرة في ظاهرها، ولكنها في الواقع وليدة عدد من القوانين على غاية من التعقيد تشتغل في العرفانية الخلفية تكون ما يطلق عليه شبكة المزج المفهومي⁽²⁾.

نستنتج من هذا القول عدة نقاط:

(1) النص والخطاب: 265.

(2) النص والخطاب: 266.

1- المزج ملكة عرفانية: ترجع إلى الطبيعة البشرية، متأصلة في كل إنسان، يقوم عليها اشتغال الذهن البشري؛ بطريقة آلية عفوية أثناء الكلام .

2- المزج عملية آنية: فهي عملية تفكير تتم أثناء الكلام، بل يقوم عليها الكلام؛ وما يحدث فيه من حوارات وجدال، وتقوم الخلفيات الذهنية التي لدى المتكلم والسامع بإدارة الحوار وتوجهه، وتشير إلى هذه الخلفيات شفرات القول التي لا يحلها إلا المتكلم وبعض المستمعين بناءً على تلك الخلفيات .

3- المزج عملية تتم في ما وراء الوعي: هذا ما يظنه بعض الدارسين، ولكن حقيقة القول غير ذلك؛ فهي عملية عقلية معقدة؛ تتم من خلال إدراك ووعي تامين ليكون توجيهها للفرد صحيحاً، ولكنها تتم بطريقة آلية عفوية متكررة؛ ونظراً لتكرارها الدائم في كل لحظة في حياة الإنسان يبدو لنا أنها آنية من اللاوعي، فهي تشبه عملية قيادة السيارة للشخص المحترف؛ فنظراً لتكراره الدائم لها أصبحت تتم منه بطريقة آلية عفوية، حتى قالوا: إنه يقود السيارة وهو منشغل بأعمال أخرى، أو ربما وهو نائم، نظراً لتكرار هذه العملية، وما يعتريها من صدمات على ذهنه يصبح الحل متكرراً بصورة آلية آنية عفوية لكنها ليست من وراء الوعي، فالإنسان يفكر بطريقة، معقدة تصنع مستويات للتفكير ومستويات لإدراك هذا التفكير .

4- المزج عملية معقدة تخضع لعدد من القوانين: التي تحكمها وتوجهها، وهي تتم في شكل شبكة من العمليات المزج المفهومي. هذا القول يؤكد ما سبق وهو تعقد عملية التفكير وآلياته الباطنية .

1 - 2 المزج و بعض الدراسات التطبيقية المماثلة:

إن عملية المزج عملية عرفانية تلقائية يقوم بها كل فرد، دون أن يشعر بها أو يطلق عليها هذا الاسم، وتظهر هذه العملية من خلال كلام الفرد وطريقة تفكيره. ولقد قمتُ بدراسات مختلفة على بعض فنون القول التي تظهر فيها عملية المزج، وتأثيرها على الكلام، وذلك من خلال الدراسات الآتية :

1- الإتياع والمزاوجة في ضوء الدرس اللغوي الحديث: ناقشت المعنى الناتج عن هذه العبارات نحو: فلان لا يملك حلوبة ولا ركوبة. أي أنه فقير، وهو المعنى الثالث الناتج عن الجمع بين معنيين (لا يملك دابة يركبها + لا بقرة يحلبها) ورغم عدم نطق المتكلم بكلمة فقير في

العبارة، فهي عملية مزج بين كلمتين لإنتاج معنى غير منطوق؛ ولكنه يفهم منهما .

2- التوليد الدلالي في المثنيات: يبتكر المتكلم اسما يطلقه على شخصين، يمزج فيه بين صفتين معروفتين شائعتين في الشخصين، نحو: الصحيحان، الشيخان، القرينين والأسودان فالكلمة الأولى تشير إلى كتابي الحديث (صحيح مسلم وصحيح البخاري) والمعنى الجامع بينهما هو صحة روايتهما، وكذلك الشيخان: عمر بن الخطاب وأبو بكر الصديق، والمعنى الجامع بينهما أنهما من شيوخ الإسلام، القرينان: مكة والمدينة، والأسودان التمر والماء والجامع بينهما اللون الأسود، أما الماء فقديم اللون .

3- العلاقة الدلالة بين المتضايين بين التوليد والتأويل: حيث تقوم عملية المزج بالجمع بين صفتين مخلفتين يمثلان معنيين مختلفين لإنتاج معنى ثالث، نحو: أصدقاء الشيطان، فالصداقة تعني: المحبة والترابط + الشيطان تعني: السوء في كل شيء = فيكون المعنى الناتج (صداقة السوء) .

ملاحظة عامة في هذه الدراسات أنها - غالبا - تشير إلى معنى غير منطوق، لكنه موجود نتيجة لعملية المزج المفهومي بكل عبارة، كما في هذا الشكل :

المعنى الأول	المعنى الثاني	المعنى الثالث	منطوق أم لا	اسم الظاهرة
لا يملك راحة	لا يملك حلوبة	فقير معدم	فقير غير منطوق	الإلتباع والمزاوجة
صحيح مسلم	صحيح البخاري	صحة الرواية فيهما	الصحيحان منطوق	المثنيات
الصداقة	الشيطان	صداقة السوء	صداقة السوء غير منطوقة	التركيب الإضافي

1- 3 عناصر شبكة المزج المفهومي:
تتكون شبكة المزج المفهومي من عناصر هي قوائم ودعامات هذا العمل :

- الأفضية الذهنية .
- عملية الإسقاط ما بين الأفضية .
- عملية المزج والإسقاط الانتقائي .
- التركيب والإكمال والبلورة .

دراسة عملية المزج المفهومي تعني تحليل عملية المزج التي تتم في ذهن المتكلم أثناء كلامه، حيث يرتب على أثرها أفكاره، ثم يختار من مخزونه اللغوي الألفاظ التي تناسب الحدث، في إطار عملية تفاعلية عرفانية داخل ذهن المتكلم، ويقوم المستمع بإجراء عملية مماثلة في الاتجاه المقابل، ليفهم كلام المتكلم. ولكي نفهم هذه العملية المعقدة؛ لا بد أن نعطي فكرة عن عمل تلك العناصر الخاصة بشبكة المزج المفهومي.

أولاً: الأفضية الذهنية:

أربعة أفضية منها فضاءان دخلان وفضاء جامع وفضاء المزيج، كل واحد من الفضاءين الدخلين يمثل مصدراً للإسقاط؛ يمتزجان بمقتضاه في الفضاء المزيج، ويترابط الفضاءان في الفضاء الجامع، وهو إطار خطاطي يجمع العناصر المشتركة بينهما .

ثانياً: عملية المزج:

هي عملية مزج يتطابق بمقتضاها الفضاءان الدخلان تطابقاً جزئياً وينعكس قسم من عناصر كل منها عن طريق الانتقاء في فضاء رابع، هو الفضاء المزيج. والفضاء المزيج فضاء تتوالف فيه مكونات مختلفة من الفضاءين فينشأ فيه عن طريق الاستدلال معان جديدة ما من أثر لها في الفضاءين الدخلين. يقوم المزج على عدد من العمليات هي: التركيب والإكمال والبلورة .

(أ) **عملية التركيب:** فتحدث بإسقاط مضامين كل من الفضاءين الدخلين رأساً في الفضاء المزيج، وذلك بأن تنشأ علاقات جديدة لم تكن موجودة في ذينك الفضاءين منفصلين .

(ب) **عملية الإكمال:** يقوم الإكمال على إكساء المعاني أو التصورات الناشئة جملة من الأبعاد تستمد من المعارف العامة المشتركة، ومن التجربة الجماعية المحفوظة في الذاكرة طويلة المدى، فهي عملية تبعا لمصادرها وطبيعتها، والإكمال في العموم انشأ لمعان جديدة لا يحملها منطوق الفضاء المزيج .

ج) عملية البلورة: فتمثل تطويرا للمزيج من حيث تصوره وتخيله بتوسيع مداه وتفضيله وأبعاده وتحميله بدلالات مخصوصة رمزية كانت أو غير رمزية (1).

1 - 4 الفرق بين الاستعارة المفهومية والمزج المفهومي:
الاستعارة المفهومية:

عملية تصور تُبنى في الذهن عن شيء ما، من خلال البنية التصويرية عن شيء آخر؛ مخزنة في ذهن المتلقي من قبل . هذا العمل الاستعاري توضيحي تفسيري لشيء ما عن طريقة شيء آخر، لذا فهو عمل قاصر محدود القدرة لا إبداع ولا خلق فيه، فهو شرح وتوضيح وإفهام فقط ويكون الجانب الإبداعي الوحيد فيه هو اكتشاف نقطة الالتقاء بين الشئيين، فهو يحتاج إلى عين لاقطة كما قال أرسطو.

والاستعارة المفهومية جزء من النظام العرفاني فهي أداة مفهومة وتمثيل للمفاهيم وتصور للعالم يعم كل مظاهر الفكر ما اتصل منها بالمفاهيم المجردة وبالمجالات الأساسية من قبيل الزمن والأوضاع والمكان والتغيير والأحداث والعلاقات وما إلى ذلك، فالاستعارة عند لايكوف هي إسقاط عابر للمجالات في النظام المفهومي، والعبارة الاستعارية تحقيق سطحي لتلك العمليات من جملة تحقيقات أخرى، هذا يقابل البنية السطحية والبنية العميقة عند تشومسكي الذي يرى أن الجملة يتم بناؤها أولا في البنية العميقة للمتكلم، ثم يتم ظهورها على السطح في البنية السطحية عن طريق عمليات تحويلية .

المزج المفهومي: تبين قصور نظرية الاستعارة المفهومية عن الإحاطة بنماذج قامت عليها نظرية المزج، حيث نشأت من السؤال في ما به يكون نشوء المفاهيم الجديدة في الفكر البشري، بما يتضمن ذلك من صور وأفكار وأعمال وخضوعا في جميع المجالات، فيكون حدوث المفاهيم مزيجا من مفاهيم أخرى، فيكون لها معنى جديد غير متوفر في المفاهيم المتمازجة، كأن نعبر عن عجز الطبيب وعدم خبرته أو درايته بكلمة جزار، أو نعبر عن قوة صبر الناقة بالصحراء بكلمة سفينة، ويمكن تصور عملية المزج بهذا الشكل :

(1) النص والخطاب: 266.

(أ) شيء له سمات انتقائية خاصة — <<
جمع (أ & ب) في البنية التصورية بعملية المزج — << (ج)
معنى ثالث جديد .

(ب) شيء له سمات انتقائية خاصة — <<
من هذا الشكل يتبين الفرق بين الاستعارة المفهومية والمزج
المفهومي، لكن هذا لا يعنى عدم جدوى أو فائدة الاستعارة المفهومية
في عملية الكلام والتواصل بين البشر، فهي تمثل جانبا من التفاعل
الذهني لفهم أشياء وأمور كثيرة في الحياة، ومن بين تلك الأمور قضية
الإشهار، فهي تستخدم لفهم أشياء غيبية باستعارة أشياء مادية
حاضرة، فلا يمكننا فهم مساحة الجنة إلا باستعارة مساحة السماوات
والأرض .

1 - 5 آلية عمل شبكة المزج المفهومي لإنتاج المعنى الجديد:
تقوم شبكة المزج المفهومي بالجمع بين الفضاءات المختلفة، لخلق
معنى جديد وتبدأ هذه العملية بسماع عبارة مثل (الناقة سفينة
الصحراء) فيقوم عقل السامع لإدراك المعنى المقصود من العبارة غير
المنطوق، أي الذي يفهم منها؛ بإسقاط الدخل (أ) الناقة بكل سماتها
وصفاتها على فضاء المزيج، وإسقاط الدخل (ب) السفينة بكل سماتها
وصفاتها على فضاء المزيج، ولكن في شكل خطوط مستقيمة، تتجمع
داخل فضاء المزيج، ثم في الفضاء الجامع، فيحدث تقابل بين تلك
الصفات والسمات المتشابهة من الشئيين: أ، ب؛ لتبنى صورة جديدة في
البنية التصورية للمتلقي؛ عبارة عن المعنى الثالث الحديد، فيتم بلورته
من خلال فضاء المزيج في عدة عمليات هي (التركيب، الإكمال،
البلورة) ثم تلي تلك العملية عملية الإسقاط الانتقائي التي يجتهد فيها
الذهن في البحث عن نقاط التشابه بين الدخيلين في الفضاء الجامع،
ليظهر المعنى الجديد في ثوبه اللفظي الجديد (الصبر) وهو غير
الموجود في العبارة، ولا يظهر في كل لفظة مستقلة من اللفظتين
(الناقة & سفينة) .

وهي عملية تتم في سرعة البرق ولا نكاد نشعر بها، ولا بمراحلها
السابقة فهي مراحل تصورية لمجرد الدراسة والتحليل فقط .

كيف نشعر بعملية المزج المفهومي في مواقف حياتية مختلفة ؟
يمكننا ملاحظة عمل نظرية المزج المفهومي عبر مواقف بسيطة
كالآتية :

(أ) **عملية الخلق والإبداع عند الأديب:** نلاحظ في عملية الإبداع الأدبي بحث الأديب عن كلمة مناسبة في ذاكرته، حيث يقوم بعصر ذهنه باحثاً عن هذه الكلمة، وتتم عملية البحث من خلال عمليات ذهنية مزجية، يستعرض فيها كل ما في ذاكرته من ألفاظ تتصل بهذا المعنى، فيختار من بينها اللفظ المناسب، فيتكون في ذهنه اللفظ الجديد حاملاً دلالة جديدة .

(ب) **العمليات العقلية التي يقوم بها الشخص العادي بصورة يومية:** عندما يحاول وصف شخص أو وصف شيء ما، فإنه يقوم بالعملية نفسها لإنتاج لفظ يجمع فيه كل هذه الصفات، إنه يجمع بين صفات الشخص أو الشيء، ثم يبيلورها ويلخصها في شكل كلمة واحدة تصور ذلك .

(ج) **الخطأ في عملية المزج:** قد يحدث أن يخطئ المتكلم في اختيار الكلمة المناسبة التي تعبر عن المعنى الذي يقصده، فيقول لمحدثه لقد خانني التعبير أي أنني أخطأت في عملية اختيار الكلمة المناسبة، فهنا تكون عملية المزج قد فشلت، حيث جمع المتكلم فيها بين المعاني المختلفة في ذهنه؛ ليمزج بينها بالطريقة التي تحدثنا عنها آنفاً، ليخرج علينا منها بمعنى جديد، أو مناسب لما يتحدث عنه، ولكنه عند اختيار اللفظ المناسب أخطأ، وهنا ندرك وجود هذه العملية (المزج) في أذهاننا، وأثرها ونتائجها رغم أنها لم تنجح في هذه المرة .

(د) **عناوين النصوص:** تعتبر عملية صياغة عنوان لنص أدبي (قصيدة. قصة رواية. مسرحية. خطبة) عملية مزج مفهومي، حيث يسعى واضع العنوان إلى جمع كل أفكار وسمات النص في كلمة أو أكثر، لذا فهو يقيم عوالم ذهنية مزجية موسعة، يخلط بينها ليخرج بهذا العنوان، كأن يقول شخص: ماذا قال الخطيب؟ فنقول: تكلم عن "الصيام" أو "الصلاة" فنلاحظ أن المتكلم قد مزج بين كلمات الخطبة وأفكارها ليخرج بهذا العنوان ملخصاً الخطبة في كلمة .
هذه أمثلة لصور من عمليات المزج المفهومي الذهني التي تحدث لنا يومياً .

2 - مجالات المزج العرفاني:

يتجاوز المزج من حيث هو آلية عرفانية عامة المظهر اللغوي من مجرد كلمة أو عبارة أو نص كامل، فيشمل المزج كل ما يكون به اشتغال الذهن في إطاره الجسدي وفي محيطه، أي أن دائرة المزج

العرفاني تتسع لتشمل كل ما يعمل فيه الذهن، وتدخل اللغة ضمن هذه العملية لأنها الوسيلة التي تتم من خلالها عمليات الذهن في المستوى العميق قبل الظهور على السطح (البنية السطحية الدلالية) وكذلك الجسد الذي نحيا فيه، فإننا نتعامل معه وبه في عمليات عقلية مماثلة للتي تحدث عند الكلام، فتوظيف العقل في توليد معان جديدة، وكذلك كل ما يحيط بنا يشاركنا في هذه العملية (عملية المزج) إننا نتعامل مع كل هذه الأشياء من خلال عمليات عقلية يقوم فيها العقل بدور القائد المخطط (المابسترو - الليدر) الذي يأمر ويوجه .

ويمكن ملاحظة مجالات عمل هذه النظرية من خلال أنشطة غير لغوية في حياتنا اليومية ؛ نحو:
وضعية التزلج علي الجليد:

من المجالات التي يتجلى فيها المزج المفهومي في نشاط غير لغوي قوامه وضعيات مادية متنوعة، يكون فيها ناتج المزج حركة أو هيئة أو مصنوعا مزيجا، من ذلك... المدرب الذي يعلم شخصا التزلج علي الجليد. يسعى المدرب إلى تلقين الشخص المتعلم جملة من الهيئات يقتضيها عمل التزلج تكون للجسم كاملا وللذراعين وللعينين في أوضاع التزلج المختلفة تبعا للتضاريس، وخاصة عند الانحدار. إذ يقتضي الانحدار النظر إلى المنحدر في امتداده وتعريجاته بدل تركيز النظر على المزلاجين أو علي ما هو أمام المتزلج رأسا، وهذا يمثل الفضاء الذهني الدخلى الأول، فقد يعمد المدرب إلى أن يطلب منه أن يتمثل هيئة نادل في بعض المطاعم أو المقاهي فيستحضرها وهو يحمل الأطباق بما عليها من أكواب مليئة أو فارغة ومن مأكولات، ويجول بها بين الموائد دون أن يريق أو يسقط منها شيئا. وهذا الفضاء الدخلى الثاني. فيكون من المتزلج المتدرب هيئة، وحركات قريبة من المطلوب في الانحدار، هي متولدة من المزج بين الفضاءين. فيكون في هذا أربعة أفضية:

يتمثل الفضاءان الدخلان في وضعية التزلج من جهة ووضعية النادل من أخرى، وبينهما تناسب عن طريق الإسقاط في هيئة الذراعين والنظر بالعينين، وهو إسقاط جار في ذهن المتدرب وفي ذهن المدرب، وفي الفضاء الجامع هيئة الجسم والحركة مطلقا، أما الفضاء المزيج ففيه تمتزج هيئة النادل بهيئة المتدرب، فيكون في أن متزلجا

يحمل طبقاً ونادلاً يتزلج، ويكون الناتج حركة أو تنقلاً مادياً في المكان على مزلاجين⁽¹⁾.

تحليل المثال:

أولاً: الهدف من عملية المزج: تحقيق هيئة يكون عليها المتزلج عند التزلج.

ثانياً: الأفضية الذهنية التي تقوم عليها بناء هذه العملية:

1- الفضاءان الدخلان: هما وضعية (أ) التزلج، ووضعية (ب) النادل.

التناسب بينهما: يأتي من إسقاط هيئة الذراعين والنظر بالعينين في ذهن المدرب والمتدرب.

2- الفضاء الجامع: هيئة الجسم والحركة مطلقاً.

3- الفضاء المزيج: يمتزج فيه هيئة النادل بهيئة المتزلج المتدرب.

ثالثاً: الجمع بين الأفضية: يكون ببناء تصور لشخص في أن متزلجاً يحمل طبقاً، ونادلاً يتزلج.

رابعاً: الناتج: حركة أو تنقلاً مادياً في المكان على مزلاجين.

انظر إلى هذا الشكل:

دخل (أ) وضعية التزلج + دخل (ب) وضعية النادل — <<<
إسقاط بينهما في الفضاء الجامع <<< المزج بين الهيئتين في الفضاء المزيج <<< الناتج حركة أو وضعية صحيحة يكون عليها المتزلج.

3- المزج المفهومي في الإشهار:

يقول الأزهر: " من الثابت أن الإشهار خطاب يتعمد فيه صاحبه إلى إجراء موارد رمزية متنوعة، الغاية منه حمل المستقبل على الإقبال على البضاعة موضوع الإشهار، يكون ذلك بتزيينها عنده لإغرائه... ولكن السؤال في ما به ينشأ الدافع عند المتلقي؛ فيقبل على البضاعة؟

" تتشعب الطرق في هذا المستوى... ولكننا نعتقد أن وراء جميع ذلك مظهراً عرفانياً متشابكاً المكونات والموارد، قد يكون المزج من أهمها وأبرزها أثراً، والمهم ليس في تفسير الغاية، وإنما في بيان القنوات الرمزية المؤدية إليها والآليات المشتغلة عندها فيها " (2).

(1) النص والخطاب: 271 نقلاً عن فوكوناي (2001، 2005).
(2) النص والخطاب: 274.

إن الإشهار عملية عقلية تقوم على إقناع المتلقي بالسلعة المقدمة له، ولكن كيف ينشأ هذا الإقناع، أو هذا الدافع داخله للإقبال على السلعة؟ لقد تعددت عوامل الإقناع ما بين عامل نفسي وآخر اجتماعي وثالث نفعي وغيرها .

لو نحينا تلك العوامل جانباً، ونظرنا إلى جانب آخر يحركها ويوجهها؛ لوجدنا عملية كبرى تحدث في داخل عقل المتلقي، هي عملية المزج المفهومي التي يمزج فيها المتلقي بين مجموعة من العوامل والعناصر في داخل عقله هو؛ ليقتعه بتلك السلعة، إنها عملية صراع بين تلك الأشياء داخل عقله؛ لتصل إلى نتيجة مفادها " يجب أن نشترى هذه السلعة، أو هي لا تصلح لنا " .

إننا نحاول أن نخرج من عملية التحليل السابقة إلى عملية التطبيق عليها، من خلال عملية المزج المفهومي، أي من مجال (التدريب على التزلج) إلى مجال آخر (عملية الإشهار) فالإشهار عن سلعة تقوم على إقناع هذا المتلقي بالسلعة؛ من خلال العملية العقلية نفسها التي يقوم بها المدرب في تعليم هذا المتزلج، بكل خطواتها ولكن في مجال آخر هو مجال الإشهار .

4 - أمثلة تطبيقية علي عملية المزج في الإشهار :

(أ) من الحياة اليومية:

يذكر الأزهر الزناد مثالا للمزج في الخطاب الإشهاري (الكلمة والصورة) وسنتناول هذا المثال بإعادة العرض والتحليل والتلخيص في نقاط؛ وذلك لتوظيفه في تحليل الإشهارات القرآنية .

يقول الزناد: " اخترنا من أدوات الإشهار ما يكون فيه الخطاب والصورة مجتمعين متضافرين متكاملين في النشاط الإشهاري؛ لإحداث الأثر باعتماد آلية المزج المفهومي ما بين المضامين في الصورة ومضامين الخطاب وما بين الواقع والتمثيل، وما بين المخزون في الذاكرة الفردية و/ أو الجماعية والأنبي الحاضر. واتخذنا لذلك نموذجاً أسميناه المرهم غشاء / حجاباً" (1) .

عناصر صورة الإشهار: هو إشهار عن مرهم للبشرة، يتكون من صورة لوجه فتاة + عبارات تتضمن اسم المرهم وفوائده والشركة المنتجة، ويغطي نصف الوجه غشاء رقيق، والنصف الثاني مكشوف

(1) النص والخطاب: 274.

+ صورة أخرى لفتاة أخرى تضع يدها على عينيها من أشعة الشمس
+ صورة لعلبة المنتج .

المكونات اللغوية: العبارات التي كتبت على لوحة الإشهار:

(أ) العنوان : نصه " غشاء ملون من مخابر فيتيال " .

(ب) الفقرات بعناوينها :

1- مرهم مرطب .

2- مقاوم لتحويل العينين.

3- ملون أساسي للبشرة .

4- غشاء تام.

5- مسحوق ملمع .

(ت) عبارة مكتوبة بخط بارز:

" المرهم لا يباع إلا في الصيدلية "

(ث) علامة الشركة المنتجة في ثلاثة مواضع باللوحة:

"فيتيال"

هذا الإشهار يُعرض من خلال لوحة في بعض الصحف التونسية، وهي قائمة على التواصل البصري أساساً، حيث يدرك المتلقي هذا الإشهار عن طريق البصر، ثم تقوم عمليات عرفانية في ذهنه لتبين التفاعل بين المتلقي واللوحة بما يكون في ذهنه من عمليات تنشيط برؤية اللوحة، وتأملها بما ينغرس في ذاكرته البصرية من صور؛ تهم البضاعة موضوع الإشهار؛ بتضافر الأدوات اللغوية المكتوبة والصور

تأثير اللوحة بمكوناتها: " لهذه اللوحة الإشهارية فعل في القارئة، وأثر فيها على غاية من القوة، أساسها قدرة عجيبة في تصور اللوحة بأدواتها جميعاً وخاصة صورة الوجه من الفتاة، وفي اشتغال آلية المزج تستحضر بها العناصر المتمازجة استحضاراً واحداً فورياً، كلا بإطاره؛ ليكون المفهوم المزيج حادثاً جديداً فريداً بديعاً، ولعله من فضول القول أن نذكر بأن هذه الآليات تشتغل اشتغالا عفويا إذ هي من آليات العرفنة عامة، معنى ذلك أننا لا ندعي أن مصمم اللوحة، قد فكر في جميع ما ندعيه في ضوء نظرية المزج (1) .

الأفضية الذهنية التي تولدها اللوحة في ذهن القارئة :

تولد هذه اللوحة بمكوناتها في ذهن القارئة مجموعة من الأفضية، هي أساس عملية المزج، وعناصر تفاعلها في ذهنها، فقارئة الإشهار تُثار في ذهنها مجموعة أفضية، يتم المزج بينها في عملية المزج؛

(1) النص والخطاب: 283.

لتوليد معان مختلفة تصل إلى الذهن، فنتج الإقناع لدى القارئة، و لولا هذه الأفضية وعملية المزج بينها ما حدث الاقتناع بهذا المنتج، ولكن لا يشترط أن يكون ذهن القارئة قد أدرك كل تلك الأفضية ومزج بينها، بل هو تصور للباحث فقط، قد يحدث في ذهن القارئة أو لا يحدث، أو ربما يحدث أكثر مما ذكره الباحث وتصوره؛ فمن هذه الأفضية:

1- فضاء الصيدلة: يخلق هذا الفضاء في ذهن المتلقي عدة أشياء: ضمان. أمان. جودة. علاج. تعقيم. دواء. شفاء. وقاية. أدوات مخبرية. نجاعة المرهم

2- فضاء العلامة التجارية: يخلق في ذهن المتلقي عدة أشياء: مخابر فيتال. بلد الصنع. أصالة المنتج. الضمان التجاري. الاسم التجاري. العناية بالمنتج.

3- فضاء الصيف: الشمس. السباحة. حرارة. زرقة السماء. الظل. المظلات...

4- فضاء اجتماعي: الحفاظ على البشرة. دوام الشباب. الجمال قيمة اجتماعية.

5- فضاء الفتاة (الجمال): نضارة. صفاء البشرة. جمال. راحة. أناقة. حيوية.

6- فضاء الملابس: القناع. ساتر. واق. النظارة الشمسية. القارئة: يجرى إسقاطها في المزيج من حيث هي امرأة تحتاج إلى الخروج في الشمس، تحافظ على نضارتها وشفاء بشرتها وجمالها، وتبحث عن الراحة والأمان، وهي نفسها تسقط نفسها على صورة الفتاة فترى نفسها فيها، أو ترى نفسها هي (1)

هذا يعني أن الناظر إلى تلك اللوحة الإشهارية، يخلق بذهنه من خلالها في عدة أفضية هي فضاءات اللوحة التي ذكرناها أنفاً، فكل إنسان ينظر إلى الفضاء الذي يستهويه منها ويسبح فيه، إلى جانب مجموعة من العلاقات :

1- كعلاقة الزمن الذي يكون به الإسقاط ما بين أزمنة متعددة، أي الربط ما بين تلك الأفضية في فضاء المزيج مع فضاء الزمن؛ كعنصر هام يستحضره الناظر إلى اللوحة ضمن ما يستحضره خياله، كزمن الذهاب للبحر، أو العودة منه بعد الصيف، وأثر المرهم على القارئة في الزمنين .

2- علاقة السبب بالنتيجة: المرهم سبب لدوام الشباب ونتيجة له؛ فيبعد الشيب .

(1) النص والخطاب: 283.

3- علاقة المكان: مكان البحر والشاطئ، ومكان الصيدلية، والشمس الساطعة.

4- علاقة الجسد: حيث يتجسد ذلك كله في ذهن القارئة .
بهذه العمليات يتم تصور هذا المنتج، وقيمتها التي لم ينطق بها الإنسان.

(ب) مثال قرآني:

قال تعالى: ﴿وَإِذْ قَالَ مُوسَى لِقَوْمِهِ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تَذْبَحُوا بَقَرَةً قَالُوا أَتَتَّخِذُنَا هُزُوعًا قَالَ أَعُوذُ بِاللَّهِ أَنْ أَكُونَ مِنَ الْجَاهِلِينَ (67) قَالُوا ادْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّنْ لَنَا مَا هِيَ قَالَ إِنَّهُ يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٌ لَا فَارِضٌ وَلَا بَكْرٌ عَوَانٌ بَيْنَ ذَلِكَ فافعلوا مَا تُمِرُونَ (68) قَالُوا ادْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّنْ لَنَا مَا لُونَهَا قَالَ إِنَّهُ يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٌ صَفْرَاءٌ فَاقِعٌ لَوْنُهَا تَسُرُّ النَّاظِرِينَ (69) قَالُوا ادْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّنْ لَنَا مَا هِيَ إِنَّ الْبَقَرَ تَشَابَهُ عَلَيْنَا وَإِنَّا إِنْ شَاءَ اللَّهُ لَمُهْتَدُونَ (70) قَالَ إِنَّهُ يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٌ لَا ذَلُولٌ تُثِيرُ الْأَرْضَ وَلَا تَسْقِي الْحَرْثَ مُسَلِّمَةٌ لَا شِيَةَ فِيهَا قَالُوا الْإِن جِئْتِ بِالْحَقِّ فَدَبِّحُوهَا وَمَا كَادُوا يَفْعَلُونَ (71) وَإِذْ قَتَلْتُمْ نَفْسًا فَادَّارَأْتُمْ فِيهَا وَاللَّهُ مُخْرِجٌ مَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ (72) فَقُلْنَا اصْرَبُوهُ بَعْضُهَا كَذَلِكَ يُحْيِي اللَّهُ الْمَوْتَى وَيُرِيكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ (73)﴾ [البقرة] .

أولاً : السلعة المطلوبة: (بقرة)

ثانياً: صفات البقرة:

طلب نبي الله موسى من بني إسرائيل أن يذبحوا بقرة، إجابة على سؤالهم من قتل هذا الرجل؟ فبدأ سؤالهم عن صفات هذه البقرة، وبدأ رسم لوحة لهذا السلعة المطلوبة (البقرة) من خلال عدة أفضية يمثل كل فضاء جانباً من اللوحة؛ لتكوين صورة كاملة عن السلعة المطلوبة، وهذه الأفضية هي :

1- **عمر البقرة:** (لا فارض ولا بكر عوان بين ذلك)، الفارض: اسم للمسنة التي انقطعت ولادتها من الكبير.. والبكر اسم للصغيرة، وزاد بعضهم - التي لم تلد من الصغر- وقال ابن قتيبة: هي التي ولدت ولداً واحداً... عوان بين ذلك أي متوسطة السن، وقيل: هي التي ولدت بطناً أو بطنين⁽¹⁾، هذا الفضاء يبني تصوراً في ذهن بني إسرائيل لعمر البقرة المطلوبة .

2- **لون البقرة:** (صفراء فاقع لونها تسر الناظرين) لونها أصفر فاقع والفقوع أشد ما يكون من الصفرة وأبلغه والموصف به للتأكيد كأمس الدابر... (فاقع) ولم يكتف بقوله صفراء فاقعة لأنه أراد تأكيد

(1) روح المعاني: للألوسي، المكتبة التوفيقية، القاهرة، المجلد الأول، ج1، ص434 .

نسبة الصفرة فحكم عليها أنها صفراء ثم حكم على اللون أنه شديد الصفرة فكأنه قال: فهي صفراء ولونها شديد الصفرة صفرتها تسر الناظرين... والجملة صفة البقرة... تعجب الناظرين إليها⁽¹⁾ هي:
أ - صفراء.

ب - شديدة الصفرة.

ج - تسر الناظرين.

د - لا شية فيها: أي لا لون فيها يخالف لونها الأصفر.

3- صفات البقرة الوظيفية:

أ) لا ذلول: الذلول الرريض الذي زالت صعوبته، يقال دابة ذلول بينة الذل .

ب) تثير الأرض: أي أنها تثير الأرض بغير الحرث بطرا ومرحاً، ومن عادة البقر إذا بطرت تضرب بقرنها وأظلافها فتثير الأرض؛ دليل أنها لا ذلول .

ج) لا تسقى الحرث: أي لا تعمل في سقاية الأرض للزراعة .

4- حالتها الصحية: مسلمة، سلمها الله تعالى من العيوب، قاله ابن

عباس⁽²⁾

ثالثاً: تحليل عملية المزج:

كل وصف مما سبق في البقرة (عمرها - لونها - صفاتها الوظيفية - صفاتها الصحية) هو فضاء يعد دخلاً لتصور تلك السلعة (البقرة)، فعلى الباحث عن هذه البقرة وهم بنو إسرائيل أن يجمع تلك الأفضية السابقة في ذهنه لبناء تصور عنها بتحديد ملامحها أولاً، فالبقرة مجموع هذه الصفات مجتمعه معاً، ويتم ذلك بالجمع بين الدخل الأول والثاني والثالث في الفضاء الجامع، ثم المزج بينهم في فضاء المزيج، ثم يقوم بعمليات التركيب والإكمال والبلورة، فيخرج لنا صورة واضحة المعالم لتلك البقرة، أو السلعة المطلوبة، وهنا يظهر دور عملية المزج في الجمع بين أجزاء الصورة؛ لبناء تصور جديد لها، وكذلك الأمر بالنسبة لميلاد المعاني الجديدة علينا؛ تتم بالطريقة نفسها . هذا المثال القرآني يشبه المثال الذي ذكره الزناد عن سلعته (المرهم غشاء) في أن كل منهما (البقرة - المرهم) سلعة يتم بناء تصور عنها في ذهن المتلقي من خلال ذكر صفاتها أو محاسنها، ثم يقوم الذهن بالجمع بين تلك الصفات في الفضاء الجامع، ثم المزج بينها في الفضاء

(1) روح المعاني: ج/1، ص437.

(2) المرجع السابق: ج/1، ص441، كل الصفات السابقة نقلاً عن روح المعاني للأوسى .

المزيج عن طريق عمليات (التركيب والإكمال والبلورة) لنخرج بوصف دقيق للسلعة وخصائصها .
إنها عملية عقلية عفوية تلقائية، يقوم بها كل إنسان دون أن يشعر بذلك؛ لأنها عملية تتم داخل عقله بصورة غير مرئية، فليست حركة جسدية ظاهرة كما في: جلس أو قام، ولكنها من الأهمية بمكان حيث تمكننا من فهم الأشياء، والتفاعل معها ومع العالم المحيط بنا؛ لهذا يجب الاستفادة منها، وتوظيفها في فهم العمليات العقلية التي تتم داخل عقولنا دون أن نشعر.

وتوجهنا إلى ما ترى؛ حسب المعطيات الواردة لها من حواسنا المختلفة (سمع. بصر. شم. لمس) هذا ما أدركه صانعو الإشهار ووظفوه في إقناع المشتري بسلعتهم ومحاسنها، ذلك ببناء تصور لتلك المحاسن في ذهن المتلقي دون النطق بها .

مثال قرآني آخر:

قال تعالى: ﴿عَسَى رَبُّهُ إِنْ طَلَّقَنَّ أَنْ يُبْدِلَهُ أَزْوَاجًا خَيْرًا مِنْكُنَّ مُسْلِمَاتٍ مُؤْمِنَاتٍ قَانِتَاتٍ تَائِبَاتٍ عَابِدَاتٍ سَائِحَاتٍ ثَيِّبَاتٍ وَأَبْكَارًا﴾ [التحریم: 5] .

أولاً: السلعة المعروضة: هو إشهار يعرض الله فيه على نبيه نسوة بديلات أزواجه خيرا منهن يتصفن بثمان صفات تعد كل صفة فضاءً مستقلا يمكن تصور المرأة من خلاله وهي تتنوع ما بين صفات عقائدية وجسدية.

ثانياً: صفات هؤلاء النساء: يبني الحق تصورا لهؤلاء النسوة في ذهن نبيه الكريم من خلال مجموعة من الأفضية، يمثل كل فضاء دخلاً يصف جانباً منهن. وهذه الأفضية هي :

1- مسلمات 2- مؤمنات 3- قانتات 4-

تائبات

5- عابدات 6- سائحات 7- ثيبات 8- أبكار

لو جمعنا هذه الصفات في امرأة واحدة لكانت صورة للمرأة التي يعلن عنها الحق بديلاً لنساء النبي صلي الله عليه وسلم، ولكن كيف يتم ذلك الجمع ؟

يتم ذلك من خلال عملية المزج المفهومي الآتية:
مجموعة من الصفات (تمثل أفضية الدخل) — <<< الفضاء الجامع — <<< الفضاء المزيج — <<< عمليات مزج مفهومي

(تركيب. إكمال. بلورة) – <<< تصور للمرأة البديلة (صورة ذهنية) يمكن استحضارها في ذهن المتلقي نتيجة لعملية المزج هذه، فهي مجموع هذه الصفات ممتزجة معاً، ويمكن أن يكون الحق تبارك وتعالى أراد أن يبدله بثمان نساء، في كل واحدة منهن صفة من تلك الصفات السابقة تغلب عليها وتعرف بها.

الفصل الثالث

النظرية التداولية والإشهار

1 - التداولية:

هي دراسة اللغة في الاستعمال in use أو في التواصل in interaction لأنه يشير إلى أن المعنى ليس شيئاً متأسلاً في الكلمات وحدها، ولا يرتبط بالمتكلم وحده، ولا السامع وحده، فصناعة المعنى: يتمثل في تداول egatiation اللغة بين المتكلم والسامع في سياق محدد (مادي. اجتماعي. لغوي) وصولاً إلى المعنى الكامن في كلام ما. والتداولية تقوم على دراسة الاستعمال اللغوي، أو هي لسانيات الاستعمال اللغوي، وموضوع البحث فيها هو: توظيف المعنى اللغوي في الاستعمال الفعلي من حيث هو صيغة مركبة من السلوك الذي يولد المعنى، والتداولية تدرس اللغة من وجهة وظيفة عامة (معرفية. اجتماعية. ثقافية) (1).

ميدان دراستها: يتضمن هذا الميدان تفسير ما يعنيه الناس في سياق معين، وكيفية تأثير السياق في ما يقال، كما يتطلب أيضاً التمعن في الآلية التي ينظم من خلالها المتكلمون ما يريدون قوله؛ وفقاً لهوية الذي يتكلمون إليه، وأين، ومتى، وتحت أية ظروف. التداولية هي دراسة المعنى السياقي.

يدرس هذا المنهاج أيضاً الكيفية التي يصوغ من خلالها المستمعون استدلالاً حول ما يقال للوصول إلى تفسير المعنى الذي يقصده المتكلم. يبحث نوع الدراسة هذا في كيفية إدراك قدر كبير مما لم يتم قوله على أنه جزء مما يتم إيصاله. بإمكاننا القول: إنه دراسة المعنى غير المرئي invisible meaning التداولية هي دراسة كيفية إيصال أكثر مما يقال. يثير هذا المنظار التساؤل حول ما يمكن أن يحدد ما يقال، وما لم يتم قوله. ويرتبط الجواب الرئيس بمفهوم التباعد distance ينطوي القرب المادي أو الاجتماعي أو المفاهيمي على خبرة

(1) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: د. محمود نحلة، مكتبة الآداب، القاهرة، 2011م، ص 15.

مشتركة، حيث يحدد المتكلمون مقدار ما يحتاجون قوله بناء على افتراض قرب المستمع أو بعده. التداولية هي دراسة التعبير عن التباعد النسبي (1).

الخلاصة:

التداولية:

- (أ) بيان كيف نستعمل اللغة في التواصل بين البشر (وظيفة اللغة).
- (ب) بيان المعنى الذي يقصده المتكلم .
- (ج) دراسة المعنى السياقي .
- (د) دراسة كيفية إيصال أكثر مما يقال .
- (هـ) دراسة التعبير عن التباعد النسبي.

وبعبارة بسيطة يمكن القول: إن التداولية أخذت منحاً جديداً في دراسة اللغة، وهو التركيز على كيفية نجاح عملية التواصل والتفاهم بين البشر، وذلك من خلال اللغة المنطوقة، وغير المنطوقة (إشارات المصاحبة للكلام) هذا الأمر يعطى مساحة أكبر لتحليل الكلام؛ بشموله لما ينطق وما لم ينطق، في إطار محددات غير لغوية ولغوية، توسع المساحة المفهومية والتحليلية للنص. وبهذه العملية يبدو النص أكثر وضوحاً وفهماً لدى المتكلم والمستمع، ومن الضروري التأكيد على أن هذه العملية تتم بطريقة عفوية آلية بينهما قبل مجيء التداولية بالآلاف السنين. فهي تدخل ضمن قوانين كلام البشر المعتاد .

1 - 1 التداولية وعلم اللغة:

التداولية فرع من علم اللغة، يدرس العلاقات بين الصيغ اللغوية ومستخدمي هذه الصيغ، ويبحث في كيفية اكتشاف السامع مقاصد المتكلم، فهو دراسة معنى المتكلم؛ وهذا يتطلب منا فهم الناس وما في عقولهم، فقول القائل: أنا عطشان مثلاً قد يعني أحضر لي كوباً من الماء، وليس من اللازم أن يكون إخباراً بأنه عطشان، فالمتكلم كثيراً ما يعنى أكثر مما تقوله كلماته (2).

وهذا يعنى أن الناس لكي يفهم بعضهم بعضاً؛ يجب عليهم تحليل الكلام المتداول بينهم الذي ينطقون به أو يسمعون إليه، فإنه يحمل كثيراً من المعاني التي لا ينطق بها المتكلم مباشرة، لكنه يقصد ذلك

(1) التداولية: جورج يول، ت. قصي العتاي، دار الأمان، الرباط، 2010م، ص19.

(2) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 13.

المعنى ويفهم الناس قصده، ومن هنا رأى بعض الباحثين أن للمعنى مستويات ثلاثة :

(أ) المعنى اللغوي: وهو مأخوذ مباشرة من دلالة الكلمات والضمائر والجمل.

(ب) معنى الكلام: وهو المعنى السياقي .

(ج) المعنى الكامن أو الموجود بالقوة: وهو معنى المتكلم.

وقضية تحليل المعنى المتداول؛ المنطوق وغير المنطوق؛ المقصود وغير المقصود الذي تقوم به النظرية التداولية، يجعلها فرعاً من فروع علم اللغة؛ فهو يدرس ضمن علم المعنى، في إطار فرع مستقل عنده هو علم الدلالة .

1-1-1 التداولية وعلم الدلالة:

لو ربطنا بين الأقسام السابقة للمعنى والنمو العقلي للإنسان؛ لوجدنا أن الإنسان في بداية تعامله باللغة مع أخيه الإنسان كان (ولا يزال) يعتمد على المعنى اللغوي الأصلي والأساسي للكلمة، لكي يتواصل معه، ثم تطورت الحياة وتعقدت وكثرت المعاني المختلفة؛ فاحتاج إلى أن يضع في سياق كلامه علامات تحمل دلالات جديدة لا توجد في المعنى الأصلي للكلمة، وقد لا توجد إلا في هذا السياق ثم تطورت الحياة أكثر وأكثر؛ فبدأ في إبداع دلالات جديدة لا ترتبط بالسياق وحده، بل تشترك معها عناصر أخرى، مثل العرف الاجتماعي (الذي أوجده الإنسان نتيجة لتطوره وإنشاء المجتمعات المترابطة لحاجته لذلك) وملامح الوجه، وما يُكنُّ في نفسه ويضمّر من معانٍ غير ما يبدي، مما يلحظه المستمع أو لا يلحظه، وهذا يعني أن المتكلم في هذا المستوى الدلالي ليست اللغة بألفاظها ودلالاتها ولا السياق المتنوع، ولكن ما أضمره المتكلم، وحاول المستمع من خلال تجاربه السابقة مع المتكلم أن يعرفه، أو يستنتج من كلامه، وهذا المعنى موجود بالقوة داخل المتكلم، لأنه يفرضه على المستمع رغم عدم النطق به، فالذي يقول لك: هل هذا الكأس به ماء؟ هل يعني بهذا السؤال عن وجود الماء بالكأس؟ أم يطلب منك أن يشرب هذا الماء؟! إنه أسلوب مهذب في طلب الماء، في كلام يطلب من خلاله المتكلم من السامع أن يأتيه بالماء، أو يسمح له بشرب الماء، دون طلب مباشر بذلك .

هذا المستوى من المعنى يجعلنا نعيد النظر إلى الكلام الذي يصدر عنّا، وما خلفه من مقاصد ودلالات غير نصية (لم ينص عليها

الخطاب) هذا المستوى من التواصل اللغوي بين البشر موجود قديماً وحديثاً ولكنه كثر في عصرنا لتعدد أغراض المتكلمين وتشابك غاياتهم وتعدد الحياة ولكن ليس هذا عجزاً في اللغة أن تلجأ لمثل هذا المستوى من التعبير، ولكنني أعتبره شدة ذكاء من المتكلم؛ يقابله شدة فهم لهذا الذكاء من المستمع، ليفسر ما بالكلام من شفرات .

وتقوم النظرية التداولية بدراسة هذا الجانب من المعنى، وهي تسعى من وراء ذلك إلى الغوص في داخل النفس البشرية وتحليل خفاياها، وخلفيات الحديث في التعامل اللغوي اليومي بين المتكلم والسامع، وقيود الكلام غير المعلنة بينهما، والقوانين التي تحكم هذا التعامل؛ وصولاً للمعنى المقصود .

وقد لخص هذا جورج يول بقوله: " أن التداولية تختص بدراسة المعنى كما يوصله المتكلم أو الكاتب ويفسره المستمع أو القارئ؛ لذا فإنها مرتبطة بتحليل ما يعنيه الناس بألفاظهم أكثر من ارتباطها بما يمكن أن تعنيه كلمات أو عبارات هذه الألفاظ منفصلة، التداولية: هي دراسة المعنى الذي يقصده المتكلم (1) .

1-1-2 جوانب دراسة المعنى في التداولية:

وللوصول لهذه الغاية؛ وهي دراسة المعنى الكامن في نفس المتكلم قامت النظرية التداولية بدراسة أربعة جوانب تحدّد كلام الفرد من كل الجهات هي: الإشارة، والافتراض السابق، والاستلزام الحوارية، والأفعال الكلامية، وهذه الحدود تهدف إلى تحليل العبارة اللغوية بصورة جديدة، لم تقم بها النظريات اللسانية الأخرى، فلنحاول فهم الجوانب التي خصتها التداولية بالدراسة، وهي :

1-1-2-1-1-1 الإشارات:

سمّاها جورج يول بالتأشير بقوله: " التأشير deixis مصطلح تقني يستعمل لوصف إحدى أهم الأشياء التي نقوم بها في الكلام، والتأشير يعنى الإشارة من خلال اللغة، ويطلق على أية صيغة لغوية تستعمل للقيام بهذه الإشارة مصطلح التعبير التأشيرى deictic expression عندما نلاحظ شيئاً غريباً ونسأل، ما هذا ؟ فإنك تستعمل تعبيراً تأشيرياً (هذا) للإشارة إلى شيء ما في السياق المباشر... وتعتمد جميع هذه التعبيرات في تفسيرها على متكلم ومستمع يتشاركان في السياق ذاته. تستعمل التعبيرات التأشيرية بشكل أساس ومنتزاد في التفاعل المنطوق

(1) التداولية: جورج يول، ص19.

وجها لوجه face- to- face حيث يكون فهم لفظ مثل (سأضع هذا هنا) يسيرا جدا على الحاضرين، ولكن الغائب قد يحتاج إلى ترجمة⁽¹⁾ إذن فالتأشير وسيلة اللغة لبيان مقصود المتكلم بكلامه، ولهذا ترتبط بسياق المتكلم فهي تعبيرات تعتمد اعتمادا تاما على السياق الذي تستخدم فيه، ولا يستطيع إنتاجها أو تفسيرها بمعزل عنه⁽²⁾ .
أنواع الإشارات:

1- إشارات شخصية:

المقصود بالإشارات الشخصية إشارات تنوب عن الشخص، وتشير إليه بدلا من اسمه، وأول هذه الإشارات الضمائر بأنواعها المختلفة، وهي تأتي في الترتيب كالاتي: ضمائر التكلم ثم المخاطب ثم الغائب. يُضاف إلى الإشارات إلى الشخص النداء، وهو ضميمة اسمية تشير إلى مخاطب لتنبهه أو توجيهه أو استدعائه، والنداء لا يفهم إلا إذا اتضح المرجع الذي يشير إليه .

يعد مرجع الضمير مشكلة تداولية كبيرة عند تحديد صاحب الضمير، كما في ضمير الجمع عندما يكون مرجعه مفردا، نحو: نحن الأستاذ زيد للتعظيم، هنا تدخل الأعراف الاجتماعية في تحديد مرجع الضمير، أي الشخص الذي يشير إليه الضمير، فتحدده قيود أخرى. كما يحدد نوع النداء مكان النداء عليه .

2- إشارات المكانية:

هي عناصر إشارية إلى أماكن يعتمد استعمالها وتفسيرها على معرفة مكان المتكلم وقت المتكلم، أو على مكان آخر معروف للمخاطب أو السامع، ويكون لتحديد المكان أثره في اختيار العناصر التي تشير إليه قربا أو بعدا أو جهة⁽³⁾ لا يخلو كلام الشخص من إشارات إلى المكان الذي تشير إليه كلماته، وذلك تحديد المكان الذي يعنيه، لكن هذا يرتبط أولا بما لدى المتكلم والسامع من اتفاق ضمني على ما تعنيه تلك الإشارات؛ وإلا ظل الكلام مبهما بينهما. ويدخل ضمن الإشارات المكانية ما يعرف بالمسافة العاطفية أو التباعد النفسي حيث يميل المتكلم إلى معاملة الأشياء البعيدة ماديا على أنها بعيدة نفسيا (مثلا، ذلك الرجل هناك). مع ذلك قد يرغب المتكلم في جعل شيء

(1) التداولية: جورج يول، ص27.

(2) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 16.

(3) المرجع السابق: 22.

قريب ماديا (مثلا، عطر استنشقه) بعيدا نفسيا بقوله: " لا أحب ذلك العطر ". وفقا لهذا التحليل فإن كلمة مثل " ذلك " لا تملك معنى دلاليا ثابتا، ولكنها تشبع بمعنى ما في سياق المتكلم .
يبدو أن عمليات نفسية مشابهة تؤدي دورا فاعلا في تمييزنا بين التعابير الأدنى والقضية التي تستعمل للإشارة إلى التأشير الزمني⁽¹⁾

ويقول عن هذا النوع من الإشارة الوجدانية د. نحلة: " وهو قريب مما سماه علماء المعاني عندنا: التحقير بالقرب نحو قوله تعالى: ﴿أَهَذَا الَّذِي يَذْكُرُ آلِهَتَكُمْ وَهُمْ بِذِكْرِ الرَّحْمَنِ هُمْ كَافِرُونَ﴾ [الأنبياء: 36] .
﴿الم (1) ذَلِكَ الْكِتَابُ (2)﴾ [البقرة] .

لقد فصلنا القول في هذه القضية الإشارية لما لها من تأثير في فهم النص الإشهاري، بعرض خلفياته التي تتحكم في معناه وتوجهه - كما سنرى في تحليل الأمثلة تداوليا -
3 - إشارات الزمانية :

الإشارات الزمانية كلمات تدل على زمان يحدده السياق بالقياس إلى زمان التكلم، فزمان التكلم هو مركز الإشارة الزمانية في الكلام، فإذا لم يعرف زمان التكلم أو مركز الإشارة الزمانية التنبس الأمر على السامع أو القارئ، فقولك مثلا بعد أسبوع يختلف مرجعها إذا قلتها اليوم أو قلتها بعد شهر أو بعد سنة، وكذلك إذا قلت نلتقي الساعة العاشرة، فزمان التكلم وسياقه هما اللذان يحددان المقصود بالساعة العاشرة صباحا أو مساءً من هذا اليوم أو من يوم يليه⁽²⁾
ويبدو الأساس النفسي للتأشير الزمني مشابهها لأساس التأشير المكاني. ويمكننا معاملة الأحداث الزمانية كأشياء قادمة إلينا (إلى مجال رؤيتنا) أو مبتعدة عنا (خارج مجال الرؤية)⁽³⁾ .
4 - إشارات الخطاب:

هناك تشابه بين إشارات الخطاب والإحالة إلى سابق أو لاحق، الفرق بينهما أن الإحالة يتحد فيها المرجع بين ضمير الإحالة وما يحيل إليه مثل: زيد كريم وهو ابن كرام، فالمرجع الذي يعود إليه زيد وهو واحد، أما إشارات الخطاب فهي لا تحيل إلى ذات المرجع، بل تخلق

(1) التداولية: جورج يول، 33.

(2) المرجع السابق: 20.

(3) التداولية: جورج يول، 35.

المرجع؛ فإذا كنت تروى قصة ثم ذكرتك بقصة أخرى فقد تشير إليها، ثم تتوقف قائلاً: لكن تلك قصة أخرى .

هناك إشارات للخطاب تعد خواص الخطاب، وتتمثل في العبارات التي تذكر في النص مشيرة إلى موقف خاص بالمتكلم، فقد يتحير في ترجيح رأى على رأى أو الوصول إلى مقطع اليقين في مناقشة أمر فيقول: ومهما يكن من أمر، وقد يحتاج إلى أن يستدرك على كلام سابق أو يضرب عنه، فيستخدم لكن أو بل، وقد يعن له أن يضيف إلى ما قال شيئاً آخر فيقول: فضلاً عن ذلك، وهذه كلها إشارات خطابية خالصة⁽¹⁾.

5 - الإشارات الاجتماعية:

هي ألفاظ تشير إلى العلاقة الاجتماعية بين المتكلمين والمخاطبين من حيث هي علاقة رسمية أو علاقة ألفة ومودة. والعلاقة الرسمية يدخل فيها صيغ التبجيل وفي مخاطبة من هم أكبر سناً، ومقاماً من المتكلم، نحو أنتم للمفرد المخاطب، ونحن للمفرد المعظم لنفسه، وهي تشمل الألقاب مثل فخامة الرئيس الإمام الأكبر، جلالة الملك سمو الأمير أما الاستعمال غير الرسمي فهو منفك من هذه القيود جميعاً (2) .

1- 2- 2- الافتراض السابق:

يوجه المتكلم حديثه إلى السامع على أساس مما يفترض سلفاً أنه معلوم له، فإذا قال رجل لآخر: أغلق النافذة، فالمفترض سلفاً أن النافذة مفتوحة، وأن هناك مبرراً يدعو إلى إغلاقها، كل ذلك موصول بسياق الحال، وعلاقة المتكلم بالمخاطب⁽³⁾.

يقول جورج يول: "في مناقشتنا السابقة للإشارة، استسيغت فكرة أن المتكلمين يفترضون أن مستمعهم عارفون ببعض المعلومات، لا تذكر هذه المعلومات كونها تعامل على أنها معروفة، ولذا فإنها تعتبر جزء مما يتم إيصاله دون قوله. يستعمل المصطلحان التقنيان الافتراض المسبق والاستلزام لوصف ناحيتين مختلفتين لهذا النوع من المعلومات... الافتراض المسبق: هو شيء يفترضه المتكلم يسبق التفوه بالكلام، أي أن الافتراض المسبق موجود عند المتكلمين، وليس في

(1) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 24، 25.

(2) المرجع السابق: 26.

(3) المرجع السابق: 27.

الجمل أما الاستلزام: فهو شيء ينبع منطقيا مما قيل في الكلام، أي أن الجمل هي التي تحوي الاستلزام وليس المتكلمون (1).

1-1-2-3 الاستلزام الحوارية:

كانت نقطة البدء عند جرايس هي أن الناس في حواراتهم، قد يقولون ما يقصدون، وقد يقصدون أكثر مما يقولون، وقد يقصدون عكس ما يقولون، فجعل كل همه إيضاح الاختلاف بين ما يقال، وما يقصد، فما يقال ما تعنيه الكلمات والعبارات بقيمها اللفظية، وما يقصد هو ما يريد المتكلم أن يبلغه السامع علي نحو غير مباشر اعتمادا على أن السامع قادر علي أن يصل إلي مراد المتكلم بما يتاح له من أعراف الاستعمال ووسائل الاستدلال، فأراد أن يقيم معبرا بين ما يحمله من معنى متضمن، فنشأت عنده فكرة الاستلزام (2).

1-1-2-4 الأفعال الكلامية:

الكلام الذي ينطق به الناس ينطلق منهم بغرض محدد يقصده المتكلم ويعنيه، وبناء على ذلك تحمل تلك الألفاظ أغراضا مختلفة ضمن هذا الكلام، ويتم بناء على تلك الألفاظ أفعال وأحداث أو ما نسميه (إنجاز) أو نتيجة لهذا الكلام، فالناس إنما ينجزون أفعالا عبر هذه الألفاظ نحو قول المدير لموظف عنده أنت مطرود، وتسمى هذه الأفعال المنجزة من خلال الألفاظ عموما بأفعال الكلام.

1-1-2-5 أقسام أفعال الكلام:

أفعال الكلام: يتكون الفعل المنجز عبر إنشاء لفظ معين من ثلاثة أفعال:

1- الفعل التعبيري: هو إنشاء تعبير لغوي ذي معنى، الذي يعتبر فعل اللفظ الأساس، ويتألف من أصوات تنتظم في تركيب نحوي، ينتج عنه معنى أصلي.

2- الفعل الوظيفي أو الإنجازي: تصاغ الألفاظ لتؤدي وظيفة، وينجز الفعل الوظيفي عبر قوة اللفظ التواصلية، فالإنجاز هو المعنى الإضافي الذي يكمن خلف المعنى الأصلي.

3- الفعل التأثيري: نحن ننشئ اللفظ ذا الوظيفة المعينة بقصد أن يكون له تأثير معين (3) فهذا الفعل هو الأثر الذي يحدثه الفعل الإنجازي في السامع.

(1) التداولية: جورج يول، 51.

(2) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 34.

(3) التداولية: جورج يول، 82.

- * تصنيف أوستن لقوة فعل الإنجاز :
 قدم أوستن تصنيفا للأفعال الكلامية على أساس من قوتها الإنجازية وهي:
- 1- **أفعال الأحكام:** وهي الأفعال التي تتمثل في حكم يصدره قاض أو حكم
 - 2- **أفعال القرارات:** تتمثل في اتخاذ قرار بعينه كالإذن أو الطرد أو التعيين
 - 3- **أفعال التعهد:** تتمثل في تعهد المتكلم بفعل شيء ما مثل الوعد أو الضمان
 - 4- **أفعال السلوك:** رد فعل لحدث ما كالشكر أو التحدي أو الاعتذار أو المواساة .
 - 5- **أفعال الإيضاح:** هي لتوضيح رأى كالاعتراض أو التشكك أو الموافقة (1)

شروط الملاءمة في الأفعال الأدائية:
 طور سيرل شروط الملاءمة عند أوستن فجعلها أربعة وهي:

- أ - **شرط المحتوى القصوى:** هو المعنى الأصلي للقضية، كفعل الوعد يشترط فيه الدلالة على الاستقبال .
- ب - **الشرط التمهيدي:** ويتحقق إذا كان المتكلم قادرا على إنجاز الفعل .
- ج - **شرط الإخلاص:** ويتحقق عندما يكون المتكلم مخلصا في أداء الفعل.
- د - **الشرط الأساسي:** يتحقق حين يحاول المتكلم التأثير بالسامع لينجز الفعل .

إن ما قدمه لنا أوستن وأكمل مسيرته فيه سيرل، يعد بعدا جديدا للنظر في اللسانيات الحديثة التي تري اللغة ليست مجرد قواعد نحوية، تحلل وحدات مكونة للجمل تسمى بالتراكيب، كما يري تشومسكي ومدرسته، بل هي وسيلة تواصل بين البشر الذين يستخدمونها ليل نهار، ولهذا انصب اهتمامها على الجانب التواصل في اللغة، وهو استخدامها لتحقيق هذا التواصل، فكان ما رأينا من تعريف أوستن لهذا العمل بأنه عملية تداولية ويقصد بها: " دراسة اللغة في الاستعمال أو التواصل، فالمعنى ليس شيئا متأصلا في الكلمات وحدها، ولا يرتبط بالمتكلم وحده ولا السامع وحده، فصناعة المعنى يتمثل في تداول اللغة بين المتكلم والسامع في سياق محدد (مادي، واجتماعي، ولغوي)

(1) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 48.

وصولاً إلى المعنى الكامن في كلام ما " (1) " فالتداولية تدرس الدلالة في علاقتها بمواقف فعل الكلام " (2) .
** تصنيف جورج يول لوظائف تنجزها أفعال الكلام نقلاً عن سيرل:

صنف جورج يول الوظائف العامة التي تنجزها أفعال الكلام نقلاً عن سيرل :

أ - **الإعلانات:** هي أنواع أفعال الكلام التي تغير الحالة عبر لفظها. نحو: " ألقسيس: الآن أعلنكما زوجاً وزوجة، الحكم: أنت مطرود "، يتوجب على المتكلم تسنيم دور مؤسساتي، في سياق معين، لإنجاز الإعلان بصورة صحيحة .

ب - **الممثلات:** أنواع أفعال الكلام التي تبين ما يؤمن به المتكلم أنه الحالة أم لا. تمثل جمل الحقيقة والجزم والاستنتاجات والأوصاف أمثلة لتمثيل الحالة، كما يعتقد المتكلم (الأرض مسطحة - كان يوماً مشمساً - لم يكتب جومسكي عن الفول) باستعمالها يجعل المتكلم الكلمات تلائم العالم (عالم الاعتقاد) .

ج - **المعبرات:** هي أنواع أفعال الكلام التي تبين ما يشعر به المتكلم، فهي تعبير عن حالات نفسية، فتعبر عن سرور أو ألم أو فرح أو حزن " أنا متأسف جداً ! - تهانينا ! - أوه نعم، عظيم ! استعمال المعبر، يجعل المتكلم الكلمات تلائم العالم (عالم الأحاسيس) .

د - **الموجهات:** هي أنواع أفعال الكلام التي يستعملها المتكلمون ليجعلوا شخصاً آخر يقوم بشيء ما. وهي تعبر عما يريده المتكلم، وتتخذ أشكال أوامر وتعليمات وطلبات ونواه ومقترحات نحو: أعطني كوب القهوة - هل لك أن تعيرني قلماً ؟ - لا تلمس ذلك. باستعمال الموجه يحاول المتكلم جعل العالم ملائماً للكلمات (عبر المستمع) .

هـ - **الملزمات:** هي أنواع أفعال الكلام التي يستعملها المتكلمون ليلزموا أنفسهم بفعل مستقبلي لأنها تعبر عما ينويه المتكلم، وهي وعود وتهديدات وتعهدات يمكن أن ينجزها المتكلم (لن نقوم بذلك - سأعود - سأنجزها بشكل صحيح) وباستعمالها يجعل المتكلم العالم ملائماً للكلمات (عبر المتكلم) (3) .

(1) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 14.

(2) مبادئ التداولية: جيوفري لیتس، ت. عبد القادر قنيني، أفريقيا الشرق، 2013م، الدار البيضاء، ص24.

(3) التداولية: جورج يول، 89-90.

تصنيف أفعال الكلام عند علماء العربية:
يقابل د. محمود نحلة بين التداولية والتراث العربي قائلا: " إذا
التفتنا إلى تراثنا اللغوي وجدنا فيه اتجاهين يماثلان اتجاهي النظريات
اللسانية المعاصرة أحدهما: يعنى بالنظام اللغوي الذي يشمل أنظمة
فرعية صوتية وصرفية ونحوية ودلالية... والثاني يعنى بالمقام وما
يتصل به من قرائن غير لفظية... والمدخل الصحيح إلى هذه النظرية
العربية للأفعال الكلامية باب من أبواب علم المعاني هو الخبر
والإنشاء وما ورد من مناقشات تتصل به في كتب أصول الفقه والفقه
والنحو واللغة... فربما نستطيع أن نصل إلى وضع نظرية عربية للفعل
الكلامي موازية للنظريات الغربية تأخذ منها وتعطيها في إطار مثاقفة
متكافئة (1)

تقسيمات علماء العربية:

تعددت تلك التقسيمات بحسب المعنى المراد دون أن يذكر كثير
منهم المعايير التي قسم الكلام علي أساس منها، فقسمه السكاكي إلى
خبر وطلب وقال السيوطي: أقسام ثلاثة: خبر وطلب وإنشاء... وقال
بعضهم خمسة: خبر وأمر وتصريح وطلب ونداء (2).

تقسيم د. محمود نحلة:

أرى أننا إذا عدلنا عن تقسيم الكلام إلى خبر وإنشاء وقسمناه تقسيما
أوليا إلى أفعال يكون اللفظ بها إيقاعا للفعل، وأفعال تصف وقائع العالم
الخارجي أو تخبر بها، أو إلى أفعال إيقاعية وأفعال إخبارية، أو إلى
إيقاعات وإخباريات فسوف نضع اللبنة الأولى في بناء نظرية عربية
للأفعال الكلامية ونتخلص في الوقت نفسه من تقسيم مضطرب وملتبس
ومن ثم نرى أن تقسيم الأفعال الكلامية في اللغة العربية يمكن أن
يستفيد فيه من تقسيم أوستن وسيرل على النحو الآتي:

أولاً: الإيقاعيات: وهي التي يكون إيقاع الفعل فيها مقاربا للفظه في
الوجود، فأنت توقع بالقول فعلا، وينبغي أن تتسع لتشمل أفعال البيع
والشراء والهبة والوصية والوقف والإجازة والإبراء من الدين والتنازل
عن الحق، والزواج والطلاق.. إلخ، وهذه كلها يقع الفعل بمجرد النطق
بلفظها كما نص الفقهاء .

ثانياً: الطلبيات: وتضم كل الأفعال الكلامية الدالة على طلب بغض
النظر عن صيغها وهو أمر أخذ به الأصوليون والفقهاء وبعض
المتكلمين كذلك النهي يتسع عندهم ليشمل كل الأفعال الكلامية الدالة

(1) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 88 .

(2) المرجع السابق: 96 .

على النهي.. والاستفهام داخل في الطلب، لأن الاستفهام استخبار والاستخبار طلب من المخاطب أن يخبرك عن شيء تريد معرفة خبره... إن الغرض الإنجازي من الطلبيات هو التأثير في المتكلم ليفعل شيئاً أو يخبر عن شيء .

ثالثاً: الإخباريات: يقتصر على الأفعال التي تصف وقائع وأحداثاً في العالم الخارجي، ويدخل فيما تنقله الصحف ونشرات الأخبار إلينا... والغرض الإنجازي لهذا النوع من الأفعال؛ هو نقل الواقع نقلاً أميناً، ليتحقق شرط الإخلاص، لإنجاز الأفعال إنجازاً ناجحاً أو تاماً، وإلا أصبحت أخباراً معيبة .

رابعاً: الالتزاميات: أفعال كلامية يقصد بها المتكلم الالتزام طوعاً بفعل شيء للمخاطب في المستقبل بحيث يكون المتكلم مخلصاً في كلامه، كأفعال الوعد والوعيد والمعاهدة والضمان والإنذار... إلخ واتجاه المطابقة في هذا النوع من الأفعال من العالم إلى الكلمات. فالالتزاميات والطلبيات تشتركان في اتجاه المطابقة، لكن المرجع فيهما مختلف، فهو في الالتزاميات المتكلم، وفي الطلبيات المخاطب .

خامساً: التعبيريات: أفعال كلامية يعبر بها المتكلم عن مشاعره في حالات الرضا والغضب والسرور والحزن والنجاح والفشل... إلخ، وليس من اللازم أن تقتصر هذه الأفعال على ما هو خاص بالمتكلم من الأحداث، بل تتعداها إلى ما يحدث للمشاركين في الفعل، وتنعكس آثاره في النفسية والشعورية على المتكلم. ويدخل فيها أفعال الشكر والاعتذار والتهنئة والمواساة وإظهار الندم والحسرة... وهكذا نرى أن من الممكن تقسيم الأفعال الكلامية العربية تقسيماً خماسياً يطابق ما قدمه سيرل، ويفيد من بعض ضوابطه فيما عدا ما أطلق عليه سيرل الإعلانات وأطلقنا عليه الإيقاعات لأنسجامه مع طبيعة الاستعمال في اللغة العربية، فضلاً عن أننا اخترنا أن نطلق على قسم منها الطلبيات واختار أن يطلق عليه التوجيهيات⁽¹⁾

هذا التقسيم سنستعين به في تطبيقاتنا على التداولية في الإشهار القرآني .

(1) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 102 - 108.

1 - 1 - 2 - 6 الأفعال الإنجازية المباشرة وغير مباشرة :

قد فرق أوستن بين الأفعال اللفظية والأفعال الإنجازية وفرق بين الأفعال الإنجازية الصريحة والأولية جاء سيرل فميز بين الأفعال الإنجازية غير المباشرة والمباشرة .

أ - **الأفعال الإنجازية المباشرة:** هي التي تطابق قوتها الإنجازية مراد المتكلم فيكون معنى ما ينطقه مطابقا لما يريد أن يقول، ويتمثل في معاني الكلمات .

ب - **الأفعال الإنجازية غير المباشرة:** فهي التي تخالف فيها قوتها الإنجازية مراد المتكلم، فالفعل الإنجازي يؤدي على نحو غير مباشر من خلال فعل إنجازي آخر، كقولك لأصاحبك: هل ناولتني الملح؟ المعنى الحرفي الاستفهام والمعنى المقصود غير المباشر هو طلب الملح .

2 - التداولية والإشهار:

التداولية تناقش كيفية استخدام اللغة كوسيلة للتواصل، واستلزامات الفعل الكلامي بين المتكلم والسامع، أما الإشهار فهو من يقوم بهذا الفعل الكلامي، حيث يخاطب المشهر من خلال إشهاره السامع ويحاوره، ليقنعه بالمنتج أو الخدمة أو الفكرة التي يقدمها.

2 - 1 المقابلة بين التداولية والإشهار:

لهذا كان من اللازم أن ندرس التداولية؛ لنرى ما يمكن أن تقدمه لصانع الإشهار، ويمكن توضيح نقاط التلاقي بين التداولية والإشهار بالمقابلة بينهما لبيان كيفية الاستفادة منها :

أولا : مفهوم النظرية والمصطلح:

النظرية التداولية: هي دراسة استخدام اللغة كوسيلة تواصل بين البشر، فهي لسانيات الاستعمال اللغوي .

مصطلح الإشهار: إبلاغ عن سلعة ما بغرض تسويقها بتقديمها لكل أفراد المجتمع .

الغاية منهما: التواصل مع المجتمع، ووسيلتهما هي اللغة، فالتداولية تدرس اللغة عند استعمالها، والإشهار يُحمّل اللغة صفات ومحاسن سلعته للمجتمع .

ونقطة الالتقاء بينهما هي (المجتمع بكل أفراده؛ فهما يبغيان التواصل معه) واللغة وسيلتهما في التعبير عن غرضهما .

ثانيا: الحوار فيهما:

يعتمد كل من الإشهار والتداولية على لغة الحوار بين المتكلم والسامع، فالإشهار هو خطاب من المشهر إلى المتلقي يحمل كل

مميزات المنتج، يتلقى المشهر الرد في الحال من خلال إقبال المشتري على السلعة، كأبلغ رد على هذا الخطاب، فيتحول ذلك المتلقي إلى مستهلك.

والتداولية: دراسة لتلك العملية الحوارية التي يعد النص الإشهاري فيها مادة البحث التداولي، لبيان نوع الخطاب، ومكوناته التداولية من (الفعل الكلامي إلى الفعل الإنجازي إلى فعل التأثير).
يقول ليتش في تعريفه للتداولية العامة: دراسة التواصل اللساني في معنى مبادئ التحاور إذ سيتقيد إن صح التعبير بالنموذج الخطاب للتداولية (1).

فهو يرى أن دراسة التداولية العامة هي دراسة التواصل في معنى مبادئ التحاور التي تجعل اللغة وسيلة تواصل بين المتكلم والسامع تقوم على التحاور، فهذا هو النموذج الخطابي للتداولية، وهذا الوجه من التداولية العامة هو ما يربط بين الإشهار والتداولية في آلية عمل النظرية التداولية في الإشهار، وقام بمثل هذه المقابلة بينهما د. سعيد بنكراد، حيث قابل بين أنواع الفعل في إطار النظرية التداولية وبين عمل الإشهار حتى يصل بالمتلقي إلى مرحلة الاقتناع.

2 - 2 سعيد بنكراد و المقابلة بين الإشهار والتداولية:

2- 2- 1 الربط بين الإشهار والتداولية:

ربط سعيد بنكراد بينهما قائلاً: " الملفوظ الإشهاري لا يقوم سوى بالإعلان عن النوايا الطيبة كما يمكن أن يقوم بذلك كل فاعل خير، إلا أنه مصمم بطريقة يتحول من خلالها الحامل الوصفي إلى حكم أو نذير أو مصفاة يعاد من خلالها إنتاج العلاقات الاجتماعية السائدة، وفي جميع هذه الحالات فإنه يتجاوز حدود الوظيفة ليستثير داخل المستهلك انفعالات بعينها تقوده صاغر إلى الشراء وللتعرف على كنه هذا التداخل والكشف عن الآليات الإقناعية التي يشترطها يمكن استحضار الأبعاد الثلاثة لكل فعل لغوي كما حددت ذلك الأدبيات التداولية، وهي تبحث في آثار السياقات المباشرة وغير المباشرة في تحديد دلالة أي ملفوظ (2).

الرابط بين الإشهار والتداولية - كما يرى بنكراد - هو ربط بين نص لغوي (الإشهار) والآلية المحللة للنص (التداولية) وموضع التحليل (جانب الإثارة في الإشهار) فالنص الإشهاري لا يعلن عن

(1) مبادئ التداولية: 220 .
(2) الصورة الإشهارية: 201 - 202.

مقاصده الحقيقية، ويتخفي وراء أهداف طيبة وغايات غير معلنة؛ تظهر من خلال إثارته انفعالات داخل المستهلك تدفعه إلى الشراء، ويقوم التحليل التداولي ببيان تلك المقاصد التي أثارها السياق المباشر وغير المباشر للإشهار لبيان دلالة كل ملفوظ فيه. لذا فتحليله القادم سينبني على المقابلة بين الأبعاد الثلاثة للفعل اللغوي - كما - ترى التداولية، وبين النص الإشهاري .

يذكر بنكراد عمل أوستن في نظريته قال: " لقد عمد أوستن إلى تقسيم الملفوظ إلى ثلاثة عناصر:

1- ما يتعلق بالمفصلة الصوتية التي تقود إلى إنتاج الوحدات المشكلة للملفوظ .

2- ما يرتبط بتأليف النحوي الذي يحدد معقولية الملفوظ ومقبوليته .

3- المستوى الدلالي، فالملفوظ لا يمكن أن يكون كذلك إلا إذا كان حاملاً لمعنى ما⁽¹⁾ .

تحليل قول بنكراد :

إن ما قاله بنكراد بناء على فهمه لكلام أوستن؛ يمكن إيجازه في النقاط الآتية:

أ - اللغة: كقواعد موجودة في ذهن المتكلم والسامع تتحول عند النطق إلى صورة فعلية كلامية منطوقة يتواصل الناس بها فيما بينهم، في شكل وحدات لغوية منطوقة من (أصوات << تراكيب << دلالات) قال: " وتشير هذه العناصر مجتمعة إلى ما يشكل الوحدة الدلالية للملفوظ، كما يمكن أن يتحقق خارج السياقات. وهي دلالة ثابتة لا يمكن النيل منها، لأنها جزء من الملفوظ المعزول .

ب - أفعال الكلام: إن الأمر يتعلق :

أولاً: بفعل الإنتاج acte locutoire وحدة مضمونية متضمنة في ملفوظ .

ثانياً: ويتعلق بالفعل الإنجازي acte illocutoire فالملفوظ ذاته يمكن أن يشتمل على أبعاد أخرى ندل من خلالها على أننا نقوم بشيء ما ونحن نتحدث نحو: الوعد أو الوعيد أو التأكيد أو التمني... وهي قيم مرتبطة بسياقات التلفظ وليست جزءاً قاراً داخل الملفوظ. إلا أن الملفوظ يشتمل بحكم معناه الثابت وبحكم دلالاته المتنوعة تنوع سياقات

(1) الصورة الإشهارية: 202.

التلفظ، على قوة ثالثة يمكن تحديدها في الآثار التي يتركها الملفوظ في نفس المتلقي.

ثالثاً: وهو ما يطلق عليه الفعل التأثيري *acte perlocutoire* إنه يشير إلى نتائج، ووقع هذه الأفعال على ممارسات أو أفكار أو معتقدات المستمع، وتكون هذه القوة عادة من طبيعة غير لغوية، إنه تشكل ما يشبه "قاعدة الفعل" سواء تجسد هذا الفعل في سلوك عيني، أو تحقق من خلال حدوث تغيير في قناعات المستمع الفكرية أو الدينية أو غيرها (1).

التعليق: هذا التقسيم لأوستن الذي استعان به بنكراد يمثل شيئين معاً: الأول: مراحل إنتاج الملفوظ؛ دون النظر إلى ما يسبقها من عمليات عقلية كما فعل تشومسكي بالنظر إلى البنية العميقة والبنية السطحية والتحول من الأولى إلى الثانية، كعملية نظرية تخيلية لتكوين الجملة، ولم يدرج ضمنها الدلالة إلا كجانب مفسر فقط، وليس عنصراً أساسياً في بناء نظريته. والثاني: تفاعل المتكلم مع المستمع، حيث تبدأ عملية التفاعل الحقيقية بين المتكلم والسامع (جانب استخدام اللغة كوظيفة ووسيلة تواصل بينهما) وذلك بتحميل الملفوظ دلالات غير منطوقة؛ تدعو المستمع إلى التفاعل والتحاور مع المتكلم رداً (لفظياً أو عقلياً) على ذلك الملفوظ، فالذي يهددك أو يعذك أو يسألك؛ يدفعك للرد عليه بلفظ أو دون لفظ عن طريق التفكير فيما قال؛ مما يجعلك تتفاعل معه، فتزد عليه وتستجيب لكلامه أو تتخيل بعقلك كيف يكون هذا الوعد أو الوعيد أو الجواب على سؤاله؟ فيبدأ الجانب الثالث من أفعال الكلام وهو الفعل التأثيري، وهو سلوك الفرد نحو هذا الملفوظ. هذا الجانب من الأفعال التي ذكرها أوستن (الفعل الإنجازي) أهم الجوانب بعد جانب الملفوظ، لماذا؟ لأنه يشير إلى قدرة اللغة على حمل دلالة منطوقة وغير منطوقة تجعل المستمع ينفاد إلى المتكلم، بل يجذب نحوه أو ينصرف عنه. ولهذا كان هذا الجانب من أهم الجوانب في الدراسة التداولية.

وجانب (الفعل الإنجازي) هو ما يربط بين التداولية والإشهار فالوصلة الإشهارية - ببعديها البصري واللفظي - تنبني وفق ما يقتضيه التسلسل بين هذه الأفعال الضمنية منها والصريحة، فهي لحظة إنتاج

(1) المرجع السابق: 203.

مكتفية بذاتها، ولكنها تدرج في ثناياها من خلال الوصف ذاته الذي يقدمه الملفوظ، قوة إقناعية ضمنية ستدفع بالمستهلك إلى الشراء" (1).

2-2-2- التقابل بين الوصلة الإشهارية وأفعال الكلام:

الوصلة الإشهارية تتبني وفق ترتيب حدوث هذه الأفعال (فعل الإنتاج - فعل الإنجازي - الفعل التأثيري) لكنها تحمل في ثناياها (في جانب فعل الإنجازي) قوة إقناعية ستدفع بالمستهلك إلى الشراء (في جانب الفعل التأثيري) لذا يجب أن تقوم دراسة العبارة الإشهارية في ضوء النظرية التداولية من خلال فعل الإنجازي أولاً؛ لبيان عناصر القوة الإقناعية في ذلك الإشهار التي ستدفع بالمستهلك إلى شراء هذا المنتج. وهو يدعو إلى تلك الدراسة قائلاً "وستحدد مكونات الوصلة على إثر ذلك، استناداً إلى هذه الأفعال (يقصد أفعال الكلام كما ذكرها أوستن) باعتبارها مراحل غير مرئية، يمكن الكشف عنها من خلال تفكيك مضمونها" (2) أي تحليل العبارة وفق النظرية التداولية.

2-2-3 تحليل بنكراد للإشهار وفق تقسيم أوستن:

المستوى الأول: فعل الإنتاج:

يتكون الملفوظ الإشهاري من صورة ولفظ وموسيقى، فيجب البحث في الترابط بين ما يقوله النص المكتوب وما تقوله الصورة وما تثيره الموسيقى، بل يجب تفاعل مكونات الوصلة الإشهارية بكل ملفوظاتها سواء كانت لفظية أو بصرية؛ لبيان قوة الإقناع الناتجة عن نجاح التفاعل والترابط بين هذه المكونات في التعبير عن المعنى المقصود من الإشهار كله.

مثال: فالإشهار الذي يعلن عن مياه غازية تأتي الصورة معبرة عن الحاجة لذلك المشروب في شكل فتاة حسناء تخرج من البحر تعاني من الحر، وفي يدها ذلك المشروب (الصورة) ثم نرى هذه العبارة المكتوبة تحت الصورة (انتعش تعش واشرب ماء الحياة مع نسيم البحر في مشروب كذا) ثم نسمع الموسيقى المصاحبة أثناء عرض الصورة، مع صوت موج البحر ونسيمه، كل هذه الخيوط الإشهارية مجتمعة كونت لنا فكرة من خلال الحلم والخيال حول هذا المشروب، مع العالم الذي

(1) الصورة الإشهارية: 203.

(2) المرجع السابق: 203.

يثيره في خيالنا لحظة سماعه ورؤيته، فكأننا نجلس في المكان ذاته بكل حيثياته فنستهيم به وننسى ثمن المشروب، بل نتشبت به على أمل أن يحقق لنا هذه اللحظة الحاملة (1).

المستوى الثاني: الفعل الإنجازي:

إن الفعل الإنجازي يشير إلى ما تحمله العبارة من معان إضافية، وهي قيم مرتبطة بسياقات التلفظ، وليست جزءاً قارراً داخل الملفوظ، وكذلك الملفوظ الإشهاري يتضمن غايتين: غاية وصفية مباشرة للمنتج، إلا أنها تُضمّن هذه الإرسالية من خلال هذا الوصف ذاته بعدا إقناعيا يهدف إلى إقناع المستهلك بجدوى استعمال هذا المنتج، وهنا يبدو جانب الفعل الإنجازي (كما تقول التداولية) في الدفع بالمستمع إلى الاقتناع بالقول الإشهاري ويتحول لمستهلك.

يقول بنكراد: " إن الفعل الإنجازي المهيم على أغلب الوصلات هو إخباري بشكل صريح وتوجيهي بشكل ضمني من قبيل (الليمون يحتوي على فيتامين س) فهو إخباري، لكنه ينصح ضمناً بتناوله، وفي الوقت ذاته، وفي مستوى لا واع يستثير داخل المستهلك الحفاظ على الصحة الدالة على حب البقاء والخلود. نحن في حضرة قوة إقناعية تختفي في تفاصيل الوصفي، وتعد مع ذلك القوة الضاربة داخل الملفوظ، فكل شيء يتحدد من خلال طريقة العرض والوصف" (2).

تحليل: هذا الكلام لبنكراد يدعونا إلى الربط بينه وبين كلام أوستن، فقد ميز أوستن بين نوعين من الأفعال:

أ - أفعال إخبارية: تصف وقائع العالم الخارجي، وتكون صادقة أو كاذبة.

ب - أفعال أدائية: تنجز بها في ظروف ملائمة أفعال أو تؤدي، ولا توصف بصدق ولا كذب، ويدخل فيها التسمية والاعتذار والرهان والوعد.

الفرق بين نوعين:

أ - (الأفعال الإخبارية) تصف العالم الخارجي، فهي بذلك تشمل كل عبارة تخبرنا عن شيء ما، وهذا هو أساس عمل العبارة الإشهارية، فهي تخبر عن سلعة ما وتصفها، وقد يكون هذا الوصف صادقا أو كاذبا، وكذلك الإشهار قد يكون صادقا أو كاذبا.

(1) هذا المثال الإشهاري من عندي لتوضيح الفكرة فقط.
(2) الصورة الإشهارية: 204 - 205.

ب - (الأفعال الأدائية) أفعال حوارية تقوم على الحوار بين شخصين (متكلم ومستمع) فهي تمثل الجانب التفاعلي في النظرية التداولية، حيث تقوم بتحليل هذا النوع من الأفعال (الأدائية) التي تقوم على الحوار بين المتكلم والمستمع الذي يتحرك على أثره ليُلبي توجيهات المتكلم أو لا يتحرك ويفرض كلامه. والمستمع يسلك هذا السلوك أو لا يسلكه بناءً على اقتناعه أو عدم الاقتناع .

هذا الاقتناع ناتج عن الفعل التأثيري، وما يحمله من معانٍ إضافية غير منطوقة يفهمها السامع من السياق .
*** الرد على تقسيم أوستن:

بعد أن قسم الأفعال إلى إخبارية وأدائية رأى أن هذا التمييز غير حاسم، وأن كثيراً مما ينطبق عليه شروط الأفعال الأدائية ليس منها، وأن كثيراً من الأفعال الإخبارية تقوم بوظيفة الأدائية رجع عوداً على بدء إلى السؤال: كيف ننجز فعلاً حين ننتقل قولاً ؟ .

نقاش حول تقسيم أوستن وتلميذه سيرل:

أ - إن التداخل بين التقسيم الأول لأوستن (فعل إخباري - فعل إنشائي) ناتج عن أن كل قول هو خبر ينطق به المتكلم للمستمع فالطلب والوعد والوعيد والسؤال كلها أخبار يخبر به المتكلم السامع بما يريد فالأصل في الحديث الإخبار أيًا كان نوعه، أما الإنشاء فهو يُضاف إليه إلى جانب الإخبار أن يحمل معنى آخر وهو الطلب من (نداء أو وعيد أو استفهام) ومن هنا يبدو التداخل بينهما. فلو أخذنا بهذا المفهوم لتبين لنا الترابط والصلة بين الفعلين .

ب - رأى أوستن أن الفعل الكلامي مركب من ثلاثة أفعال (فعل لفظي، فعل إنجازي، فعل تأثيري) تعد جوانب مختلفة لفعل كلامي واحد، ولا يفصل أحدهما عن الآخر إلا لغرض الدرس، هذا التصور يعبر عن إدراك الرجل لقدرة الفعل الكامنة داخله، ويمكن النظر إليه وتحليله من كل جهة على حدة لبيان كيفية إتمام عملية التواصل من خلال الفعل، فوجود كل هذه الجوانب فعل (لفظي. إنجازي. تأثيري) لا يلغي تقسيم الفعل لإخباري وإنشائي، فالتواصل بين الناس لا يتم من خلال الفعل اللفظي فحسب، بل بما وراء اللفظ من معانٍ غير منطوقة أيضاً، وربما يحول المعنى المنطوق إلى ضده من خلال حركة باليد أو الوجه، فإذا كانت جُل اهتمام التداولية كيفية استخدام اللغة بين الناس

للتفاهم عن طريق المعنى النهائي الواصل إلى عقل المستمع وبناء عليه يتم فهم المعنى اللفظي والسياقي. يجب العناية بكل هذه المعاني .
ج - لذا كان موضوع الفعل الإنجازي بؤرة اهتمام النظرية التداولية، وكذلك الإشهار فهو لا يعنيه ما يُقال قدر ما يعنيه ما يُفهم، لأنه سيكون الدافع لدي المتلقي ليقبل على هذه السلعة عن اقتناع، وهنا يأتي دور الفعل التأثيري كنتيجة لما سبق. وهنا أيضا كان علينا أن نأخذ ببؤرة هذه النظرية عند تحليل النص الإشهاري، أي التركيز على الفعل الإنجازي . لهذا اعتبر سيرل هذا الفعل الوحدة الصغرى للاتصال اللغوي . فلا يتحقق الاتصال اللغوي بين الناس بدون هذا الفعل، لأنه يوصل إلى المستمع الرسالة الكامنة في نفس المتكلم؛ تلك الرسالة التي لا تعبر عنها - أحيانا - كل ألفاظ اللغة المنطوقة .

د - كما أشار سيرل إلى: " أن للقوة الإنجازية دليلا يسمى دليل القوة الإنجازية يبين لنا نوع الفعل الإنجازي الذي يؤديه المتكلم بنطقه للجملة، ويتمثل في اللغة الإنجليزية في نظام الجملة والنبر والتنغيم وعلامات الترقيم في اللغة المكتوبة وصيغة الفعل وما يسمى بالأفعال الأدائية" (1). فهو يرى أن هناك عناصر لغوية، وغير لغوية لتوجيه المعنى تسمى دليل القوة الإنجازية يبين نوع الفعل الإنجازي، يشمل ما هو متعارف عليه لدى النحاة من بناء الجملة إلى جانب أدوات أخرى لا يعرفها سوى أبناء اللغة، من أعراف خاصة بهم في استخدام اللغة (منطق اللغة) كالنبر والتنغيم، فالمتكلم هو المبدع الأول في تكوين دلالات الجملة التي يصنعها من الفعل الإنجازي ودليل القوة الفعل، ذكر له سيرل أمثلة من الإنجليزية وهو موجود في كل اللغات كالعربية نحو:

1- نظام الجملة: فالجملة في العربية كغيرها من اللغات لها بناء أصلي تتكون من (فعل + فاعل) أو (مبتدأ + خبر) لكننا نجد المتكلم يقدم ويغير في هذا البناء لأغراض كثيرة لديه، وذلك لتوجيه المعنى إلى الجهة التي يريد بها بكلامه .

2- النبر والتنغيم:

النبر: هو الضغط على مقطع معين من الكلمة ليعطيها دلالة معينة مختلفة.

والتنغيم: هو رفع الصوت مع مقاطع معينة من الكلمة لتحميلها دلالة معينة. لكن الذي يصنع ذلك كله هو المتكلم؛ يحمل الكلمة دلالة

(1) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 49 نقلا عن محمود نحلة (1999)، ص 17 وما بعدها .

غير موجودة بالمعجم. من خلال الضغط على مقاطع معينة من الكلمة، أو رفع الصوت وخفضه.

3- علامات الترقيم في اللغة المكتوبة: تحمل علامات الترقيم دلالات غير منطوقة عرفية عند من يكتبون، وتحمل قيما تفسيرية لمقصود الكاتب من رسالته، كالسؤال وانتهاء الكلام أو الجملة أو التعجب.

لهذا كان علينا إدراج كل هذه العناصر السابق ضمن تحليل الإشهار تداوليا، كدليل على قوة الفعل الإنجازي، وليست العناية بالمنطوق اللغوي فحسب.

لهذا كان المتكلم هو صاحب الرسالة وحامل معناها في ذهنه أولا، ثم يحاول بكل الوسائل توصيل هذه الرسالة إلى سامعه.

3 - أمثلة تطبيقية على الإشهار في ضوء النظرية التداولية:

3 - 1 كيفية توظيف معطيات التداولية في فهم الإشهار:
هل المتكلم هو صانع هذه الشفرات التي يتم التواصل بها بين الناس؟

يقول سيرل: " إن الفعل الكلامي أوسع من أن يقتصر على مراد المتكلم، بل هو مرتبط أيضا بالعرف اللغوي والاجتماعي "(1) فالمتكلم محكوم بأعراف اجتماعية ولغوية ورثها عن سابقه؛ ملتزم بها في كلامه تسمى بعملية القهر الاجتماعي للغة، وعليه الخضوع لها والالتزام بها في مجتمع ذي أعراف متوارثة.

كل ما سبق كان عرضا لمعطيات وأصول النظرية التداولية، فيجب أن يلتزم بها صانع الإشهار، فيراعي في إشهاره كل هذه الأشياء من:

1 - الأعراف اللغوية: وتشمل كيفية استخدام اللغة ودلالاتها في هذا المجتمع.

2- الأعراف الاجتماعية: وتشمل مفهوم المجتمع عن الشيء المعلن عنه.

3- الإفادة من مفهوم الفعل الإنجازي وأقسامه:

أ - الفعل الخبري: كيف تكون العبارة الإشهارية قائمة علي فعل إخباري؟

ب - الأفعال الأدائية بأنواعها: كيف نجدها في الفعل الإشهارية؟ حيث يُدخَل المشهرُ المتلقي في حوار مع نفسه من خلال العبارة الاستفهامية أو غيرها من الأفعال الأدائية؛ ليقتنعه بهذا المنتج.

(1) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 49.

إن الوصف البارع من المشهر/ المعلن يخلق الإقناع بالمنتج، واستخدام الأفعال الخبرية والأدائية في عرض السلعة تدفع المتلقي إلى الإسراع في الإقبال عليها، يقول بنكراد: نحن في حضرة قوة إقناعية تختفي في تفاصيل الوصفي، وتعد مع ذلك قوة ضاربة داخل الملفوظ؛ فكل شيء يتحدد من خلال طريقة العرض والوصف، لا تقل لي: إنها سيارة جميلة، بل دعني أقول: إنه يصف لي السيارة بشكل رائع، إنه يحترم ذكائي، الحالة الأولى: مرئية من خلال الإحالة على السيارة، أما الثانية: فتحيل علي جمالية الخطاب⁽¹⁾. إن الأصل في نجاح الإشهار - كما يرى بنكراد - هو طريقة التعبير من خلال الخطاب القائم على أسس إقناعية مختلفة.

لهذا رأيت أن أعرض نماذج للإشهار من خلال هذا التقسيم الذي وصل إليه د. محمود نحلة بعد ما ذكرته من تقسيم كل من أوستن وسيرل أنفا .

3-1-1 أولاً : الإيقاعات:

هي التي يكون إيقاع الفعل فيها مقارنا للفظه في الوجود، فأنت توقع بالقول فعلاً، وينبغي أن تتسع لتشمل أفعال البيع والشراء والهبة والوصية والوقف والإجارة والإبراء من الدين والتنازل عن الحق والزواج والطلاق والقذف والإقرار والدعوى والإنكار والوكالة... إلخ، هذه كلها يقع الفعل بمجرد النطق بلفظها كما نص على ذلك الفقهاء⁽²⁾ الفعل يقع بمجرد النطق به نحو الذي يقول لزوجته: أنت طالق. يكون قد وقع الطلاق منه في الحال، فتطلق . شروط صحة هذا النوع من الأفعال:

وضع الفقهاء شروطاً صارمة لصحة هذا النوع من الأفعال لا تكاد تختلف عن الشروط التي وضعها كل من أوستن وسيرل، وأهمها :
1- وضوح المعنى المراد من الكلام، فيفهم منه إيقاع الفعل المراد فهما جيداً .

2- أن يكون متبعا أعراف أهل اللغة، فلا ينعقد الزواج بألفاظ الإباحة مثلاً .

3- أن يعلم كل من المتكلم والمخاطب ما صدر من الآخر ويوافق عليه .

4- أن يكون إيقاع الفعل كاملاً. إذا كان مما يحتاج لإيجاب وقبول فلا بد منهما .

(1) الصورة الإشهارية: 205.

(2) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 102.

5- أن يكون زمن الفعل حاضرا أو مستقبلا لفظا ومعنى، وإلا كان إخبارا .

6- قد يكون الإيقاع صريحا كقوله تعالى: ﴿يَعِدُّكُمْ مَغْفِرَةً مِنْهُ وَفَضْلًا﴾ [البقرة: ٢٦٨] . أو ضمنيا نحو: قال تعالى: ﴿إِنَّا رَادُّوهُ إِلَيْكُمْ وَجَاعِلُوهُ مِنَ الْمُرْسَلِينَ﴾ [القصص: 7] .

7- الإخلاص في أداء الفعل، ويقع الإخلاص بصدق نية فاعله⁽¹⁾ .
أمثلة من الإشهار العادي:

إن كلمة البائع للمشتري (صح البيع) تتحول بمجرد النطق بها السلعة من ملكية البائع إلى المشتري، وكذا كل إعلان عن سلعة؛ هو جواز بيع السلعة بشروط المشهر.

وتأتى قوة الفعل الإنجازي في هذا من رد الفعل السريع، بعد النطق بالفعل وهو صحة البيع، ووقوع الزواج أو الطلاق .

أمثلة من الإشهار القرآني:

هناك أمثلة كثيرة علي ذلك؛ منها:

1- الإشهار عن وصية: كوصية إبراهيم إلى بنيه ويعقوب؛ بالأيموتوا إلا على دين الإسلام، وقد وقع الفعل بمجرد النطق به في الوصية، وهي عدم الموت إلا على الإسلام، وقد فعلوا ذلك .

قال تعالى: ﴿وَوَصَّى بِهَا إِبْرَاهِيمُ بَنِيهِ وَيَعْقُوبُ يَا بَنِيَّ إِنَّ اللَّهَ

اصْطَفَى لَكُمْ الدِّينَ فَلَا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنْتُمْ مُسْلِمُونَ﴾ [البقرة: 132] .

قال القرطبي: قوله تعالى (ووصى بها إبراهيم) أي بالملة، وقيل: بالكلمة التي هي قوله (أسلمت لرب العالمين) وهو أصوب، لأنه أقرب مذكور، أي قولوا أسلمنا. وصى وأوصى لغتان لقريش، مثل كرمنا وأكرمنا، وقرئ بهما... ووصى (وفيه معنى التكثر) والمعنى: وأوصى يعقوب وقال يا بني إن الله اصطفى لكم الدين، فيكون إبراهيم قد وصى بنيه، ثم وصى بعده يعقوب بنيه⁽²⁾ .

2 - إشهار عن زواج: وهو إعلان الله عن تزويجه من فوق سبع سموات لنبيه (ص) من زينب بنت جحش، قال تعالى: ﴿فَلَمَّا قَضَى زَيْدٌ مِنْهَا وَطَرًا زَوَّجْنَاكَهَا لِكَيْ لَا يَكُونَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ حَرَجٌ فِي أَزْوَاجِ أَدْعِيَائِهِمْ إِذَا قَضَوْا مِنْهُنَّ وَطَرًا وَكَانَ أَمْرُ اللَّهِ مَفْعُولًا﴾ [الأحزاب:

(1) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 103.
(2) تفسير القرطبي: دار الريان للتراث، القاهرة، بدون تاريخ، ج/1، ص 519 .

[37]. فأصبحت زوجة له بعد النطق بالفعل زوجها، مما يوضح قوة الفعل الإنجازي .

3 - إشهار عن الوعد بالمغفرة والفضل، نحو قوله تعالى: ﴿وَاللَّهُ يَعِدُكُمْ مَغْفِرَةً مِنْهُ وَفَضْلًا﴾ [البقرة: ٢٦٨]. فقد وقع الوعد بالمغفرة والفضل بمجرد النطق به .

3 - 1 - 2 ثانيا : الطلبيات:

وتشمل كل الأفعال الكلامية الدالة على الطلب بغض النظر عن صيغها :

1- كالأفعال الدالة على معنى الأمر، فتسمى أمرا نحو العبارات الآتية: أمرتك وأوجبت عليك وفرضت وحتمت، فإن تركت فأنت معاقب. وقد يكون بصيغة افعال أو فلتفعل
بلفظ الأمر قال تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا﴾ [النساء: 58].

وبلفظ الفرض قال تعالى: ﴿قَدْ فَرَضَ اللَّهُ لَكُمْ تَحِلَّةَ أَيْمَانِكُمْ﴾ [التحریم: 2].

بلفظ الكتابة قال تعالى: ﴿وَكَتَبْنَا عَلَيْهِمْ فِيهَا أَنَّ النَّفْسَ بِالنَّفْسِ﴾ [المائدة: 45].

بالجار والمجرور قال تعالى: ﴿وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا﴾ [آل عمران: 97].

بجزاء الشرط قال تعالى: ﴿فَإِنْ أَحْصَرْتُمْ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ﴾ [البقرة: 196].

بالوصف قال تعالى: ﴿قُلْ إِصْلَاحٌ لَهُمْ خَيْرٌ﴾ [البقرة: 220].

بالوعد بحسن الجزاء قال تعالى: ﴿مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً﴾ [البقرة: 245].

الوصية:

قال تعالى: ﴿يُوصِيكُمُ اللَّهُ فِي أَوْلَادِكُمْ لِلذَّكَرِ مِثْلُ حَظِّ الْأُنثِيَيْنِ﴾
[النساء: 11] (1).

النهى: هو يتسع ليشمل كل الأفعال الكلامية الدالة علي النهى:
كالمضارع المسبوق بلا الناهية، قال تعالى: ﴿وَلَا تَقْرُبُوا الْفَوَاحِشَ مَا
ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَّنَ﴾ [الأنعام: 151].

والأمر الدال علي الترك قال تعالى: ﴿وَدَرُّوا ظَاهِرَ الْإِثْمِ وَبَاطِنَهُ﴾
[الأنعام: 120].

ولفظ النهى، قال تعالى: ﴿وَيَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ﴾
[النحل: 90].

ولفظ التحريم، قال تعالى: ﴿حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ أُمَّهَاتُكُمْ﴾ [النساء: 23].
ونفى الحل، قال تعالى: ﴿لَا يَحِلُّ لَكُمْ أَنْ تَرِثُوا النِّسَاءَ كَرِهًا﴾
[النساء: 19].

ونفى الحدث، قال تعالى: ﴿فَإِنْ انْتَهَوْا فَلَا عُدْوَانَ إِلَّا عَلَى
الظَّالِمِينَ﴾ [البقرة: 193].

ووصف الشيء بأنه شر، قال تعالى: ﴿وَلَا يَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَبْخُلُونَ
بِمَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ هُوَ خَيْرًا لَّهُمْ بَلْ هُوَ شَرٌّ لَّهُمْ﴾ [آل عمران:
180].

وجعله سببا للإثم، قال تعالى: ﴿فَمَنْ بَدَّلَهُ بَعْدَمَا سَمِعَهُ فَإِنَّمَا إِثْمُهُ
عَلَى الَّذِينَ يَبَدِّلُونَهُ إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ﴾ [البقرة: 181].

وقرنه بوعيد، قال تعالى: ﴿وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا
يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ﴾ [التوبة: 34] (2).

3- الاستفهام داخل في الطلب، لأن الاستفهام كما قالوا استخبار،
والاستخبار طلب من المخاطب أن يخبرك عن شيء تريد معرفة
خبره، وله دليل لفظي يدل عليه، ويتمثل في حرفي الاستفهام هل
والهمزة، وفي أسماء الأسماء الاستفهام. وتشمل الأفعال الكلامية الدالة

(1) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 105.

(2) المرجع السابق: 106.

على الاستفهام كالسؤال والاستفهام والاستعلام والاستخبار والاستنباء والاستفسار ونحوها، والغرض الإنجازي من الطلبات هو التأثير في المتكلم ليفعل شيئاً أو يخبر عن شيء⁽¹⁾ أمثلة إشهارية على الأفعال الكلامية السابقة :

أ - الأمر: الفعل الكلامي الإشهاري الدال على الأمر باستخدام وسائل سابقة الذكر، يعطى فيها الفعل الكلامي قوة إنجازية، تدفع إلى الشراء، نحو: **صيغة افعِل**: كما يحدث في الإشهار المعاصر (الحق فرصة العمر شقة بثلاثين ألف) و(اشترى خمسة أقلام واربح عشرة) . وفي القرآن :

1- قال تعالى: ﴿وَسَارِعُوا إِلَىٰ مَغْفِرَةٍ مِّن رَّبِّكُمْ وَجَنَّةٍ عَرْضُهَا السَّمَاوَاتُ وَالْأَرْضُ أُعِدَّتْ لِلْمُتَّقِينَ﴾ [آل عمران: 133].

هو إشهار عن الجنة عن طريق فعل إنجازي طلب بصيغة افعِل (سارعوا) .

2- قال تعالى: ﴿وَقَالَ الَّذِي اشْتَرَاهُ مِنْ مِصْرَ لَامْرَأَتِهِ أَكْرِمِي مَثْوَاهُ عَسَىٰ أَنْ يَنْفَعَنَا أَوْ نَتَّخِذَهُ وَلَدًا﴾ [يوسف: 21]، الفعل الإنجازي (عسى أن ينفعنا) إشهار عن يوسف .

3- قال تعالى: ﴿قَالَ اجْعَلْنِي عَلَىٰ خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ﴾ [يوسف: 55]، الفعل الكلامي (اجعطني) هو يمثل القوة الإنجازية الإقناعية وإشهار عن نفسه .

4- قال تعالى: ﴿قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ﴾ [القصص: 26]، الفعل الإنجازي (استأجره)

هو إشهار عن موسى كعامل رعي .

5- قال تعالى: ﴿نَبِيُّ عِبَادِي أَنِي أَنَا الْعَفُورُ الرَّحِيمُ﴾ [الحجر: 49]، الفعل (نبي) يمثل القوة الإنجازية الإقناعية في الإشهار عن الله تعالى .

6- قال تعالى: ﴿وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ﴾ [لقمان: 19]، اعتدال المشي وخفض الصوت باستخدام الفعلين الطلبيين (اقصد - اغضض) للدلالة على الأمر، وهو إشهار عن مكارم الأخلاق على لسان لقمان .

(1) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 106 .

هذه بعض الأمثلة على الإشهار القرآني؛ باستخدام الفعل الكلامي الإنجازي الطلبي بصورة الأمر وصيغة فعل الأمر (افعل) .
بالوعد بحسن الجزاء: قد يأتي الفعل الكلامي الطلبي في الأمر بصورة (الوعد بحسن الجزاء) وقد يحدث ذلك في الإشهار أيضا من خلال الإشهار عن هذا الجزاء قال تعالى: ﴿مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً﴾ [البقرة: 245]، فهو إشهار يعلن فيه الحق جزاء من يقرضه سبحانه قرضا حسنا، والفعل الإنجازي هنا (فيضاعفه) دل على طلب بالوعد بحسن الجزاء، والقوة الإنجازية للفعل الطلبي في إسناد المضاعفة لله تعالى .
بلفظ الأمر:

1- قال تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تَذْبَحُوا بَقْرَةً﴾ [البقرة: 67]، هو إشهار من الله تعالى عن البقرة المطلوبة؛ باستخدام فعل طلبي إنجازي بلفظ الأمر (يأمركم) والقوة الإنجازية الإقناعية فيه تأتي من إسناد الأمر لله، وقد جاء بلفظ (يأمر).
2- قال تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا﴾ [النساء: 58]، وهو إشهار عن أداء الأمانة، باستخدام الفعل الإنجازي الطلبي للأمر بلفظ (يأمر) .
ب - النهي: باستخدام الفعل الكلامي الإنجازي الطلبي الدال على النهي في الإشهار، نحو:

الفعل المضارع المسبوق بلا الناهية: كما في هذا الإشهار الذي يعلن فيه البائع المتجول عن سلعته قائلا: ولا تزعل ثانية واعصر الليمون على البامية فاستخدم الفعل الإنجازي الطلبي بالنهي (ولا تزعل)، وهو مكون من: لا الناهية + فعل مضارع + باقي العبارة الإشهارية .
في القرآن : كما في الإشهار عن مكارم الأخلاق على لسان لقمان: باستخدام: لا الناهية + الفعل المضارع .
في النهي عن الشرك بالله: قال تعالى: ﴿وَإِذْ قَالَ لُقْمَانُ لِابْنِهِ وَهُوَ يَعِظُهُ يَا بُنَيَّ لَا تُشْرِكْ بِاللَّهِ إِنَّ الشِّرْكَ لَظُلْمٌ عَظِيمٌ﴾ [لقمان: 13]، لا + تشرك (مضارع) .

في النهي عن التذلل أو التكبر: قال تعالى: ﴿وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ﴾ [لقمان: 18]، لا + تصعر (مضارع) ، لا + تمش (مضارع).
 باستخدام لفظ النهي: النهي عن المنكر: قال تعالى: ﴿وَأَنَّهُ عَنِ الْمُنْكَرِ﴾ [لقمان: 17]، فعل النهي (انه) أمر ، واصبر علي ما أصابك.

ج - الاستفهام :

يستخدم الاستفهام في الإشهار عن السلعة بكثرة؛ لأن الاستفهام يقيم أول أسس التداولية؛ وهو الحوار داخل الخطاب الإشهاري من جانب واحد وهو جانب المتكلم أو المشهر، ويترك الشق الثاني من الحوار، وهو الإجابة على السؤال للمتلقي بينه وبين نفسه، ليختار الإجابة التي تناسبه، فتدفعه للشراء؛ نحو هذا الإشهار " لماذا تدفع أكثر ما دام ممكن تدفع أقل؟! أسرع بشراء منتج كذا؛ فهو أرخص وأفضل " .
 في القرآن: ورد في القرآن الكريم أمثلة كثيرة على الإشهار باستخدام الفعل الإنجازي الطلبي بصورة الاستفهام؛ كهذا التركيب: هل أو الهمزة + فعل مضارع :

1- قال تعالى: ﴿إِذْ تَمْشِي أُخْتُكَ فَتَقُولُ هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ مَن يَكْفُلُهُ﴾

[طه: ٤٠]، مكون من: هل + الفعل الإنجازي الطلبي (أدل).

2- قال تعالى: ﴿فَقَالَتْ هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ أَهْلِ بَيْتٍ يَكْفُلُونَهُ لَكُمْ وَهُمْ لَهُ

نَاصِحُونَ﴾ [القصص: ١٢] مكون من: هل + الفعل الإنجازي الطلبي (أدل) .

3- قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ

مِنَ عَذَابٍ أَلِيمٍ﴾ [الصف: ١٠] مكون من: هل + الفعل الإنجازي الطلبي (أدل) .

4- قال تعالى: ﴿فَوَسْوَسَ إِلَيْهِ الشَّيْطَانُ قَالَ يَا آدَمُ هَلْ أَدُلُّكَ عَلَىٰ

شَجَرَةٍ الْخُلْدِ وَمَلِكٍ لَا يَبْلَىٰ﴾ [طه: ١٢٠] مكون من: هل + الفعل الإنجازي الطلبي (أدل) .

5- قال تعالى: ﴿وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا هَلْ نَدُلُّكُمْ عَلَىٰ رَجُلٍ يُنْبِئُكُمْ إِذَا مُرِّقْتُمْ كُلَّ مُمَرِّقٍ إِنَّكُمْ لَفِي خَلْقٍ جَدِيدٍ﴾ [سبأ: ٧]، مكون من: هل + الفعل الإنجازي الطلبي (نذل).

6- قال تعالى: ﴿قُلْ أُوْنِبْتُكُمْ بِخَيْرٍ مِنْ دَلِكُمْ لِلَّذِينَ اتَّقَوْا عِنْدَ رَبِّهِمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا خَالِدِينَ فِيهَا وَأَزْوَاجٌ مُطَهَّرَةٌ وَرِضْوَانٌ مِنَ اللَّهِ وَاللَّهُ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ﴾ [آل عمران: ١٥]، مكون من: أ + الفعل الإنجازي الطلبي (أنبئ).
الإشهار التحذيري:

وهو إشهار لا يستخدم التركيب الاستفهامي للغرض السابق، ولكن لغرض التحذير من شيء ما، وهو مكون من: هل + الفعل الإنجازي الطلبي (نبئ).

1- قال تعالى: ﴿قُلْ هَلْ أُنَبِّئُكُمْ بِشَرٍّ مِنْ ذَلِكَ مَثُوبَةً عِنْدَ اللَّهِ مَنْ لَعَنَهُ اللَّهُ وَغَضِبَ عَلَيْهِ وَجَعَلَ مِنْهُمْ الْفِرْدَةَ وَالْخَنَازِيرَ وَعَبَدَ الطَّاغُوتِ أُولَئِكَ شَرٌّ مَكَانًا وَأَضَلُّ عَنْ سَوَاءِ السَّبِيلِ﴾ [المائدة: ٦٠]، مكون من: هل + الفعل الإنجازي الطلبي (أنبئ).

2- قال تعالى: ﴿قُلْ أَفَأُنَبِّئُكُمْ بِشَرٍّ مِنْ ذَلِكَ النَّارُ وَعَدَا اللَّهُ الَّذِينَ كَفَرُوا وَبِئْسَ الْمَصِيرُ﴾ [الحج: ٧٢]، مكون من: الهمزة + الفعل الإنجازي الطلبي (أنبئ).

3- قال تعالى: ﴿هَلْ أُنَبِّئُكُمْ عَلَىٰ مَنْ تَنَزَّلُ الشَّيَاطِينُ (221) تَنَزَّلُ عَلَىٰ كُلِّ أَفَّاكٍ أَثِيمٍ (222)﴾ [الشعراء]، مكون من: هل + الفعل الإنجازي الطلبي (أنبئ).

4- قال تعالى: ﴿قُلْ هَلْ نُنَبِّئُكُمْ بِالْأَخْسَرِينَ أَعْمَالًا (103) الَّذِينَ ضَلَّ سَعِيَّهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ يَحْسَبُونَ أَنَّهُمْ يُحْسِنُونَ صُنْعًا (104)﴾ [الكهف]، مكون من: هل + الفعل (ننبئ).

كل هذه الآيات استخدمت في إشهاراتها المختلفة التركيب :

- هل + الفعل (أدلكم) .
- الهمزة + الفعل (أنبئكم) .
- هل + الفعل (أنبئكم) .

فكانت قوة الإقناع في الفعل آتية من استخدام التركيب الطلبي القائم على الاستفهام. وهو يدفع للحوار بين المتلقي والمشهر والتفكير فيما يقال له .

الإشهار الاستفهامي بالتركيب الآتي:

الشيء + ما + الشيء + ما + أدراك + ما + الشيء، نحو :

1- قال تعالى: ﴿الْقَارِعَةُ (1) مَا الْقَارِعَةُ (2) وَمَا أَدْرَاكَ مَا

الْقَارِعَةُ (3)﴾ [القارعة] .

2- قال تعالى: ﴿الْحَاقَّةُ (1) مَا الْحَاقَّةُ (2) وَمَا أَدْرَاكَ مَا الْحَاقَّةُ

(3)﴾ [الحاقة] .

إنه إشهار عن كل من القارعة والحاقة عن طريق: الاستفهام + الفعل الإنجازي الطلبي، ومنه تأتي قوة الإقناع. إنه أسلوب يدفع المتلقي إلى التفكير والحوار مع المتكلم، من خلال محاولته الرد على هذا السؤال، فأصبح متجاوبا مع هذا الفعل الطلبي الاستفهامي ومفكرا مع المتكلم فيه، خصوصا أنه كرر اسم الشيء ثلاث مرات (الحاقة - القارعة) فهو من وسائل الإشهار في التأكيد على الشيء الذي يعلن عنه بتكرار اسمها فيه .

3 - 1 - 3 ثالثا: الإخباريات:

هي تقتصر على الأفعال التي تصف وقائع وأحداثا في العالم الخارجي وفي باب الإشهار نجد أنها تشمل أغلب أفعال الإشهار؛ فهي جميعا إخبار عن تلك السلعة المعلن عنها .

الغرض الإنجازي لهذا النوع من الأفعال نقل الواقع نقلا أميناً، فإذا تحققت الأمانة في النقل فقد تحقق شرط الإخلاص، وإذا تحقق شرط الإخلاص أنجزت الأفعال إنجازا ناجحا أو تاما، وإلا أصبحت الأخبار معيبة، واتجاه المطابقة في هذه الأفعال من الكلمات إلي العالم (1) .

اتجاه المطابقة في هذه الأفعال (من الكلمات <<< إلى العالم) يشير للأفعال الإنجازية الإخبارية بنكراد قائلا: " المستوى الإنجازي يتضمن الملفوظ الإشهاري غايتين: غاية وصفية مباشرة توهم بأن الإرسالية لا تقوم سوى بوصف خارجي للمنتج...

(1) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 107.

إن الفعل الإنجازي المهيمن على أغلب الوصلات هو إخباري بشكل صريح وتوجيهي بشكل ضمني، من قبيل الليمون يحتوي على فيتامين س، فهو إخباري، لكنه ينصح ضمناً بتناوله في الوقت ذاته، وهو مستوى لا واع يستثير داخل المستهلك الحفاظ على الصحة الدالة على حب البقاء والخلود⁽¹⁾.

هذا مثال لجانب الفعل الإنجازي الضمني، حيث يستخدم الفعل الإنجازي غير المباشر بغرض التلميح لا التصريح عن المنتج، فلا يكون الهدف صريحاً معلناً في الإشهار؛ فيفقد التأثير على المتلقي، فيلجأ المعلن إلى الفعل الإنجازي الضمني، ويترك الإقناع للعمليات العقلية.

أمثلة على الإشهار الإخباري:

الفعل الإنجازي المهيمن على أغلب الوصلات هو الإخبار بشكل صريح أو ضمني، هذا سلوك أغلب الإشهار قديماً وحديثاً كما في هذا الذي ذكرته آنفاً:

أ - الفاخر: (قولهم: في النداء على الباقي: شرق الغداة طري، قطع الغداة)⁽²⁾.

ب - الزاهر: (وقولهم في النداء على الباقلاء: شرق الغداة طري، قال أبو بكر معناه: قطع الغداة، أي ما قطع بالغداة والتقط، يقال: شرفت الثمرة: إذا قطعها)⁽³⁾ فهذا الإشهار هو إخبار عن خصائص السلعة .
في القرآن :

1- قال تعالى: ﴿الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَاتُ

الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَاباً وَخَيْرٌ أَمْلاً﴾ [الكهف: 46].

في الآية إشهار عن " الباقيات الصالحات " جاء في جملتين إخباريتين هما :

1- المال والبنون زينة الحياة الدنيا .

2- الباقيات الصالحات خير عند ربك .

فالجملتان الأولى: إخبار عن واقع دنيوي محسوس. والثانية: إخبار أيضاً؛ ولكن عن عالم غيبي هو الدار الآخرة، وأن ما فيها من خير

(1) الصورة الإشهارية: 204.

(2) الفاخر: ص 256.

(3) الزاهر في معاني كلمات الناس: ج 2، ص 7، 8 .

أكبر مما في الحياة الدنيا، فأدركنا العالم الغيبي (الآخرة) عن طريق ربطه بالعالم المادي المحسوس (المال والبنون)، وقد قدم في إخباره ذكر العالم المادي على العالم الغيبي؛ لأننا سنفهم العالم الثاني بناءً على استدعاء العالم الأول من النص .

عمل التداولية: ويظهر عمل التداولية في هذا الإشهار في استخدام عناصر إشارية مثل: الضمير الشخصي (ضمير المخاطب الكاف في ربك) والإشارة الزمنية في (عند) والمقصود في زمن الآخرة .
2- قال تعالى: ﴿قَالَ إِنَّ اللَّهَ اصْطَفَاهُ عَلَيْكُمْ وَزَادَهُ بَسْطَةً فِي الْعِلْمِ وَالْجِسْمِ﴾ [البقرة: 247] .

إشهار إخباري عن " طالوت " الرجل الذي اختاره الله ليكون ملكا على بني إسرائيل وقائدا لجيشها. فأخبر عن صفاته، وهي: أن الله اصطفاه وزاده بسطة في العلم والجسم، فأخبر عما تميز به المنتج من زيادة بـ: الجسم + العلم .

قال تعالى: ﴿إِنَّهُ لَقَوْلُ رَسُولٍ كَرِيمٍ (19) ذِي قُوَّةٍ عِنْدَ ذِي الْعَرْشِ مَكِينٍ (20) مُطَاعٍ ثَمَّ أَمِينٍ (21)﴾ [التكوير] .

إشهار إخباري عن جبريل عليه السلام، فكان هذا النص وصفا له، وذكر في نص آخر وصفا آخر له، قال تعالى: ﴿عَلَّمَهُ شَدِيدُ الْقُوَى﴾ [النجم: 5]، هذا الوصف مخالف لما قاله عنه القرطبي والرازي، يقول القرطبي: " علمه شديد القوى، يعنى جبريل عليه السلام في قول سائر المفسرين سوى الحسن، فإنه قال: هم الله عز وجل، ويكون قوله تعالى (ذو مرة) على قول الحسن تمام الكلام، ومعناه ذو قوة والقوة من صفات الله تعالى... وقال الربيع بن أنس والفراء: (فاستوي وهو بالأفق الأعلى) أي استوي جبريل ومحمد عليهما الصلاة والسلام⁽¹⁾، هذا يعني أن هناك خلاف بالمقصود بـ (شديد القوى) الله تعالى أم جبريل، ولكننا نجد الرازي يؤكد أن المقصود به جبريل فقال: " تقديره علم محمد صلي الله عليه وسلم شديد القوى جبريل... تقديره علم صاحبكم، وشديد القوى هو جبريل، أي قواه العلمية كلها شديدة، فيعلم ويعمل

(1) تفسير القرطبي: 6255/9.

وقوله شديد القوى فيه فوائد الأولى: أنه مدح المعلم مدح المتعلم، فلو قال علمه جبريل، ولم يصفه ما كان يحصل فضيلة ظاهرة⁽¹⁾.

3 - 1 - 4 رابعا : الالتزاميات:

هي أفعال كلامية يقصد بها المتكلم الالتزام طوعا بفعل شيء للمخاطب في المستقبل بحيث يكون المتكلم مخلصا في كلامه، عازما على الوفاء بما التزم به كأفعال الوعد والوعيد والمعاهدة والضمان والإنذار... الخ، فالالتزاميات والطلبية تشتركان في اتجاه المطابقة من العالم إلى الكلمات، لكن المرجع فيهما مختلف، فهو في الالتزاميات المتكلم، وفي الطلبية المخاطب⁽²⁾.

أمثلة أفعال الالتزاميات في الإشهار:

هذا العنصر أساسي في عملية الإشهار، حيث يحاول المشهر من خلال عمله إقناع المشتري بسلعته عن طريق التزاميات يذكرها في إشهاره من: وعود بجودة السلعة، ووعيد في شكل تحذير من ضياع فرصة شراء سلعته، وتقديم ضمانات من شركات أكبر منه تضمن جودة منتجه، وهذه كلها التزامات: كعود يقطعها على نفسه المشهر أو المتكلم أمام المتلقي أو المخاطب. وتأتي القوة الإقناعية في هذا النوع من الأفعال الكلامية من الالتزام الذي ينفذه ويلتزم به المتكلم بمجرد النطق به، لذا يجب عليه أن يكون مخلصا في وعده .

أمثلة من الإشهار اليومي:

إشهار متداول بكثرة بالعامية المصرية: (إن خلص الفول أنا مش مسؤل).

إشهار آخر عن لبن أطفال يقول: (هذا المنتج بضمان نسلة) أي تضمنه شركة نسلة العالمية.

هذا الإشهار يقول: (نعاهد الله ونعاهدكم أن نحل مشكلة الإسكان بمصر).

في القرآن :

(الوعد بلفظ وعد) :

قال تعالى: ﴿وَالَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ سَنُدْخِلُهُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا وَعَدَّ اللَّهُ حَقًّا وَمَنْ أَصْدَقُ مِنَ اللَّهِ قِيلًا﴾ [النساء: 122] .

(1) التفسير الكبير أو مفاتيح الغيب: الإمام الرازي، مكتبة التوفيقية، القاهرة، 2003م المجلد 14،

ج/28، ص263.

(2) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 107.

هذا إشهار عن سلعة الله وهي الجنة، عن طريق الوعد الذي قطعه الله على نفسه لعباده المؤمنين، هل هناك من هو أصدق قولاً من الله؟! قال تعالى: ﴿وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَهُمْ مَغْفِرَةٌ وَأَجْرٌ عَظِيمٌ﴾ [المائدة: 9] هذا وعد آخر يعد الله به عباده الصالحين مغفرة منه وأجراً عظيماً.

قال تعالى: ﴿وَعَدَ اللَّهُ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا وَمَسَاكِنَ طَيِّبَةً فِي جَنَّاتٍ عَدْنٍ وَرِضْوَانٌ مِنَ اللَّهِ أَكْبَرُ ذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ﴾ [التوبة: 72]، هذا إشهار آخر عن الجنة بوعد الله للمؤمنين بها. (ويعيد الله للمنافقين بلفظ وعد + عقاب جهنم). قال تعالى: ﴿وَعَدَ اللَّهُ الْمُنَافِقِينَ وَالْمُنَافِقَاتِ وَالْكُفَّارَ نَارَ جَهَنَّمَ خَالِدِينَ فِيهَا هِيَ حَسْبُهُمْ وَلَعْنَهُمُ اللَّهُ وَلَهُمْ عَذَابٌ مُقِيمٌ﴾ [التوبة: 68].

3 - 1 - 5 خامسا : التعبيرات :

أفعال كلامية يعبر بها المتكلم عن مشاعره في حالات الرضا والغضب والسرور والحزن.. ويدخل فيها أفعال الشكر والاعتذار والتهنئة والمواساة وإظهار الندم. مما ورد منها في القرآن الكريم قوله تعالى على لسان أم مريم: ﴿قَالَتْ رَبِّ إِنِّي وَضَعْتُهَا أُنْثَىٰ﴾ [آل عمران: 36].

وقوله تعالى على لسان زكريا: ﴿قَالَ رَبِّ إِنِّي وَهَنَ الْعَظْمُ مِنِّي﴾ [مريم: 4] (1). ومثله قول يعقوب عليه السلام: ﴿وَتَوَلَّىٰ عَنْهُمْ وَقَالَ يَا أَسْفَىٰ عَلَىٰ يُوسُفَ﴾ [يوسف: 84].

وهي عبارة أسف وحزن على ما حدث ليوسف (يا أسفى). كيف يعتذر ويتأسف يعقوب عما حدث ليوسف، ولم يكن له يد في ذلك؟! إنها عادة كلامية إنسانية لدى كل البشر عندما يلتقون بإنسان وقعت عليه مصيبة، يعتذرون له، فنجدهم في اللغة الإنجليزية يقولون في مثل هذه الحالة للمصاب: I am sorry، فلماذا يعتذر له؟ إنه نوع من المشاركة له.

(1) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر: 108.

كذلك هذه العبارة الإعتذارية، قال تعالى: ﴿قَالُوا مَعذِرَةٌ إِلَىٰ رَبِّكُمْ
وَلَعَلَّهُمْ يَتَّقُونَ﴾ [الأعراف: 164]، (معذرة إلي ربكم) أي نعتذر لربكم
لأننا وعظنا قوما الله مهلكهم.

التعبيرات في الإشهار :

يستخدم المشهورون كثيرا من هذه العبارات في إشهارهم، بغرض
إعطاء الإشهار نوعا من التفاعل والمصداقية، لقربه من لغة الناس
وكل عباراتهم، كهذه العبارة التي جاءت في نهاية إعلان عن نوع من
المأكولات (وكليه: بالهنا والشفاء) وفي نهاية إعلان عن طعام ما
بالعامية الشامية عبارة (بصحتين وعافية) .

في القرآن :

ونجد مثل هذه العبارات في بعض الإشهارات القرآنية، كالتعقيب
في نهاية الإشهار، أو تقديم للسلعة كما في هذه الآيات :

يعلن الحق تبارك وتعالى عن جواز الأخذ من مال النساء إن سمحن
بذلك مستخدما عبارة تدل على الرضا منه سبحانه بذلك قال تعالى:
﴿وَأَتُوا النِّسَاءَ صَدُقَاتِهِنَّ نِحْلَةً فَإِن طِبْنَ لَكُمْ عَن شَيْءٍ مِّنْهُ نَفْسًا

فَكُلُوهُ هَنِيئًا مَّرِيئًا﴾ [النساء: 4]، التعبير التداولي هنا (فكلوه هنيئا
مريئا)، وقد فسر هذا الإمام الرازي بقوله: " علم أنه تعالى لما أمرهم
بإيتائهن صدقاتهن عقبه بذكر جواز قبول إبرائها وهبتها له، لنلا يظن
أن عليه إيتاءها مهرها وإن طابت نفسها بتركه (1) .

في إشهار آخر عن الجنة و نعيمها؛ يُنهي الحق وصفه لها بعبارة
تهنئة لأهلها قائلا: ﴿إِنَّ هَذَا كَانَ لَكُمْ جَزَاءً وَكَانَ سَعْيُكُمْ مَشْكُورًا﴾

[الإنسان: 22]، والعبارة التداولية (وكان سعيكم مشكورا) وقد فسرها
القرطبي بقوله: " قوله تعالى: إن هذا كان لكم جزاء، أي يقال لهم:
إنما هذا جزاء لكم أي ثواب، وكان سعيكم أي عملكم مشكورا أي من
قبل الله، وشكره للعبد قبول طاعته وثنائه عليه، وإثابته إياه. وروى
سعيد عن قتادة قال: غفر لهم الذنب وشكر لهم الحسنى. وقال مجاهد:
مشكورا أي مقبولا والمعنى متقارب (2) .

في إشهار ثالث يشير الحق بعبارة تحية وتكريم لمن سعى وصبر
حتى وصل لسلعته (الجنة) قائلا: ﴿سَلَامٌ عَلَيْكُمْ بِمَا صَبَرْتُمْ فَنِعْمَ عُقْبَىٰ

(1) التفسير الكبير: المجلد الخامس، ج 9، ص156.

(2) تفسير القرطبي: ج/10، ص 6938.

الدَّارِ ﴿الرعد: 24﴾، وعبارة التحية هي (سلام عليكم) قال الإمام القرطبي: " سلام عليكم أي يقولون: سلام عليكم؛ فأضمر القول، أي قد سلمتم من الآفات والمحن. وقيل: هو دعاء لهم بدوام السلامة، وإن كانوا سالمين، أي سلمكم الله، فهو خبر معناه الدعاء؛ ويتضمن الاعتراف بالعبودية (1).

وفي إشهار رابع: ﴿خَتَامُهُ مِسْكٌ وَفِي ذَلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ﴾ [المطففين: 26].

يقول الطبري: " عاقبته مسك، في طيب الريح، أي: أن ريحها في آخر شربها تختم لهم بريح المسك " (2).
وأغرب ما في تلك العبارات القرآنية أنها جميعها مستخدمة إلى اليوم في مجتمعاتنا العربية المعاصرة بالطريقة نفسها على أنها تعبيرات ترد عرضاً في داخل كلام الناس اليومي، ولا أبالغ إذا قلت: وفي مواضع الإشهار أحياناً كعبارة (ختامه مسك) نجد الذي يريد أن يمدح شخصاً أو سلعة؛ فإنه يقول: جاء فلان وهو مسك الختام، وهذه السلعة مسك الختام لشركة كذا، فقد توقفت بعدها الشركة عن الإنتاج .
كذا عبارة (هنيئاً مريئاً) تقال للدعاء للشخص، وفي نهاية بعض الإشهارات المعاصرة عن المأكولات وبرامج الطهي، كعبارة (بصحتين وعافية). كذا عبارة (وكان سعيكم مشكوراً)، تقال في سدادق العزاء لمن جاء لتأدية واجب العزاء، وتقال لكل من سعي في خير، وكان سعيكم مشكوراً أو غيرها .

3 - 2 - 1 أمثلة الفعل التأثيري في الإشهار (القوة الإقناعية الخفية):
ذكرنا قبل ذلك أن أوستن وبعده سيرل قد قسما الفعل إلى: فعل لفظي، وفعل إنجازي، وفعل تأثيري، فالأول يتعلق بإنتاج الوحدة اللفظية، والثاني: " يشتمل على أبعاد أخرى؛ ندل من خلالها على أننا نقوم بشيء ما؛ ونحن نتحدث كالوعد أو الوعيد أو التأكيد أو التمني، وهي قيم مرتبطة بسياقات التلفظ، وليست جزءاً قاراً داخل الملفوظ. الملفوظ يشتمل... على قوة ثالثة يمكن تحديدها في الآثار التي يتركها الملفوظ في نفس المتلقي، ما يطلق عليه الفعل التأثيري، إنه يشير

(1) تفسير القرطبي: ج 5، ص 3541.

(2) مختصر من تفسير الإمام الطبري: للتجبي، الهيئة المصرية للكتاب، 1980م. ج 2، ص 460.

بعبارة أخرى إلى نتائج ووقع هذه الأفعال علي ممارسات أو أفكار أو
المعتقدات المستمع (1)

كيفية تلمس آثار الملفوظ الإشهاري في وجدان المستهلك:

وهي آثار تجمع ضمن بنية واحدة بين الاعتقاد الناتج عن الفعل
الإيجازي وبين الوقع الذي هو حاصل الفعل التأثيري: الدفع بالمستهلك
إلى شراء المنتج. فالبعد الأول مرتبط بقصدية تأثيرية من نوع الدفع
بالمستهلك إلى الاعتقاد في جدوى اقتناء المنتج، في حين يقدم البعد
الثاني ما يبرر حالة الفعل الذي يقود إلى فعل الشراء الذي هو الغاية
التأثيرية من الوصلة بأبعدها الثلاثة .

فكل ملفوظ إشاري هو في الواقع سلسلة من السياقات المضمرة
التي تتسلل إلي وجدان المستهلك في غفلة من كل أشكال الرقابة التي
يمكن أن يستنجد بها (2)

إنها تتكون من عملية داخلية وخارجية يرتبطان معاً، فبعد أن يتلقى
المستمع الوصلة الإشهارية تقوم أجهزته الداخلية في التفاعل
والتصارع مع الرسالة القادمة إليها من الخارج، ومع وقيود الرقابة
العقلية عليه، ثم ينفلت منها إلى أن تدفع به إلى مرحلة الاقتناع؛ ثم
الشراء. وتستخدم اللغة قوتها الإقناعية للوصول لذلك الهدف. من خلال
الفعل الإنجازي ثم الفعل التأثيري .

فنحن في حضرة قوة إقناعية تخنفي في تفاصيل الوصف، وتُعد مع
ذلك القوة الضاربة داخل الملفوظ، فكل شيء يتحدد من خلال طريقة
العرض والوصف (3)

كيف تتم عملية التأثير والاقتناع بالمنتج ؟

يتم ذلك من خلال سلسلة من العمليات المتداخلة التي لا يلاحظها
المتلقي، تبدأ من الاعتقاد في جدوى المنتج، وهو مرتبط بعمليات
أخرى، هي (الإثارة والميل والفعل): فعل الإنتاج إثارة، أما الميل
فوثيق الصلة بالفعل الإنجازي فدون حصول ميل إلى المنتج لا يمكن
أن يتحقق الفعل. ثم يأتي السلوك الشرائي في المقام الثالث كحصيلة لما
سبق (المعرفة والانفعال والفعل).

الإثارة (فعل الإنتاج) << الميل (الفعل الإنجازي) << الفعل
(التأثير < السلوك).

(1) الصورة الإشهارية: 203.

(2) المرجع السابق: 205.

(3) الصورة الإشهارية: 204.

هناك من يربط العملية الإقناعية بالأبعاد الثلاثة (المعرفة - الانفعال - الفعل) إن الانتقال من الاعتقاد إلى الفعل لا يمكن أن يتحقق إلا إذا حصل المستهلك على معلومات يطمئن إليها... وبالإضافة إلى ذلك، فإن الاعتقاد يتحقق من خلال إثارة الرغبات العميقة عند الذات، إن المصادقية رهينة باستجابة ما تقدم للرغبات الواعية واللاواعية والاستيهامات المتنوعة (1)، وهذا صحيح؛ فلا يمكن الفصل بين المعرفة كمدخل للوصلة الإشهارية تدخل من خلالها كل المعلومات الخاصة بالمنتج، والانفعال أي الفعل الإنجازي بما لديه من قوة إقناعية، إلى الفعل الذي هو التأثير كل ما سبق على المتلقي الذي يسرع بالشراء، إن القوى الإقناعية في الإشهار تكمن في خلق حالة تطابق بين عوالم المنتج، وبين رغبات المتلقي الواعية واللاواعية، إنها حقيقة مركزية في تصور الوصلة في استقبالها وفي تفكيك دلالاتها (2)

الفرق بين التداولية والإشهار :

إن التداولية تعالج استعمال أو استخدام اللغة بصورة عامة كوسيلة تواصل بين البشر لتحقيق كل أغراضهم، أما الإشهار فهو نوع من أنواع التواصل المرتبط بغرض محدد، وهو الترويج لسلعة ما (بضاعة - فكر - خدمات) فقط، وهو يوظف أدوات النظرية التداولية لتحقيق هذا الغرض، ويقوم بتفكيك العبارة الإشهارية باستخدام تلك الأدوات لبيان مواضع القوة والضعف فيها.

ومع هذا فالغاية واحدة في الجانبين (الإشهار والتداولية) وهو التواصل.

ولكن الفرق الكبير بينهما رغم اتحاد الغاية فيهما؛ فيما تحمله الملفوظات التقريرية في التداولية من أنها تحمل عبارة إخبارية تكون صادقة أو كاذبة، أما في الإشهار فالملفوظات التقريرية فيه تدعي الصدق دائماً، ولهذا تحاول أن تدخل إلى مناطق هاشة في داخل المستهلك وهي اللاشعور، ليقنع المتلقي بجودة المنتج، يقول بنكراد: " إن الاعتقاد مصدره القوة الإقناعية التي يتضمنها الملفوظ الإشهاري، وهي قوة مهمتها استثارة سلسلة من الانفعالات التي لا تتحقق في

(1) المرجع السابق: 208.

(2) المرجع السابق: 209.

الواقع المباشر للمتلقى، بل موطنها مناطق اللاشعور التي تتجسد على شكل استيهامات، وتتسرب إلى التحقق الفعلي في غفلة من الرقابة العقلية، وبعبارة أخرى، تعمل هذه القوى على تعطيل عمل العقل، لتحرر الفعل الشرائي من كل القيود المسبقة التي تحد من انطلاقه لكي يخلق عالماً في عالم الشراء" (1).

يعتمد الإشهار على تعطيل عمل العقل وإدخاله في استيهامات يظن خلالها صدق هذا الملفوظ الإشهاري؛ فيندفع ليشتري المنتج .

مثال إشهاري من القرآن جامع لكل عمل التداولية :
قال تعالى:

﴿زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَآبِ (14) قُلْ أُوْنِبُّكُمْ بِخَيْرٍ مِنْ ذَلِكَ لِلَّذِينَ اتَّقَوْا عِنْدَ رَبِّهِمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا خَالِدِينَ فِيهَا وَأَزْوَاجٌ مُطَهَّرَةٌ وَرِضْوَانٌ مِنَ اللَّهِ وَاللَّهُ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ (15)﴾ [آل عمران] .

مع المفسرون:

تفسير ابن كثير:

زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ (ما تشتهي النفس وتدعوا إليه زينها الله ابتلاءً أو الشيطان) من النساء والبنين والقناطر (الأموال الكثيرة) المقنطرة (المجمعة) من الذهب والفضة والخيال المسومة (الحسان) والأنعام (أي الإبل والبقر والغنم) والحرث (الزرع) ذلك (المذكور) متاع الحياة الدنيا (يتمتع به فيها ثم يفنى) والله عنده حسن المآب (المرجع وهو الجنة فينبغي الرغبة فيه دون غيره) (2).

تفسير الطبري:

قُلْ أُوْنِبُّكُمْ بِخَيْرٍ مِنْ ذَلِكَ لِلَّذِينَ اتَّقَوْا عِنْدَ رَبِّهِمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا وَأَزْوَاجٌ مُطَهَّرَةٌ (يَعْنِي جَلَّ تَنَاؤُهُ: قُلْ يَا مُحَمَّدٌ لِلنَّاسِ الَّذِينَ زَيْنَ لَهُمْ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ، وَسَائِرُ مَا ذَكَرَ جَلَّ تَنَاؤُهُ) أُوْنِبُّكُمْ (أَخْبِرْكُمْ وَأَعْلِمْكُمْ) بِخَيْرٍ مِنْ ذَلِكَ (يَعْنِي بِخَيْرٍ

(1) الصورة الإشهارية: 209.

(2) تفسير القرآن العظيم: الإمام ابن كثير، مكتبة التراث الإسلامي، حلب، 1980م، ج1، ص351.

وَأَفْضَلُ لَكُمْ) مِنْ ذَلِكَ (يَعْنِي مِمَّا زَيْنَ لَكُمْ فِي الدُّنْيَا حُبَّ شَهْوَتِهِ مِنْ
النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرَ الْمُقَنْطَرَةَ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ، وَأَنْوَاعِ الْأَمْوَالِ
الَّتِي هِيَ مَتَاعُ الدُّنْيَا. (وَقَالُوا: تَأْوِيلُ الْكَلَامِ: قُلْ أُوْنِبُّكُمْ بِخَيْرٍ مِنْ ذَلِكَ؟
لِلَّذِينَ اتَّقَوْا عِنْدَ رَبِّهِمْ، ثُمَّ كَانَتْ قِيلَ: مَاذَا لَهُمْ، أَوْ مَا ذَاكَ؟ أَوْ عَلَى أَنَّهُ
يُقَالُ: مَاذَا لَهُمْ أَوْ مَا ذَاكَ؟ فَقَالَ: هُوَ جَنَاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ...
الآية (1)

في التداولية:

هذا الإشهار هو مقابلة بين متاع الدنيا ومتاع الآخرة، استخدم فيها
الحق سبحانه اللغة بأفعالها المختلفة، وحسب تقسيم التداولية كانت هذه
الأفعال:

1- أفعال إخبارية: يبدأ بها الإشهار (زين) و (للذين اتقوا عند ربهم
جنات) و (والله بصير بالعباد) و (والله عنده حسن المآب) و (ذلك متاع
الحياة الدنيا).

2- أفعال أدائية الإنجازية: كفعل الطلبي (الاستفهامي: أُوْنِبُّكُمْ
(أمر: قل).

3- الإشارات: ضمائر (ضمير المخاطب: كم، ضمير الغائب: واو
الجماعة - ها الغائبة - هم) أسماء الإشارة (ذلك - ذلك).

4- الأفعال الضمنية غير المباشرة: تتضمن الآيات حث على طلب
الآخرة ومعان أخرى من خلال أفعال ضمنية:

أ- للذين اتقوا ربهم: فعل إنجازي يحث علي التقوى لنيل هذا
الجزاء.

ب - والله بصير بالعباد: فعل إنجازي يطلب منا مراقبة الله لأنه
بصير بنا.

ج - زين للناس: تتضمن معنى أن شهوة الدنيوية كلها لا بد من
تزيينها لأنها قبيحة، ولكن الله زينها لإقناع الناس بها والعيش
فيها ولينسوا قبحها ولكي يختبرهم فيها ولتعمر الأرض بالبشر
والمتاع، وليعملوا من أجلها.

د - قل أُوْنِبُّكُمْ: تضمن معنى غير مباشر وهو المقابلة بين متاع
الدنيا ومتاع الآخرة.

(1) تفسير الطبري .

الخلاصة:

إن التداولية تدخل عالم الإشهار لتحلل مقاصد المتكلم، وكيف يقنع سامعه بالمنتج، ويحوّله من متلقي إلى مستهلك.
ولهذا كان ضروريا تحليل الوصلة الإشهارية في ضوء هذه النظرية، ومعطياتها لبيان إمكانيات العبارة الإشهارية، وقوة الفعل الإنجازي فيها.
والأمثلة على ذلك كثيرة؛ فلا تخلو وصلة إشهارية ناجحة من استخدام أدوات النظرية التداولية، وإن لم يتبين لنا ذلك إلا بعد الدراسة والتحليل .

الباب الثالث

الدراسات التطبيقية على الإشهار القرآني

الفصل الأول : حقيقة وجود الإشهار في القرآن
الفصل الثاني : سورة يوسف نموذجا

الفصل الأول

حقيقة وجود الإشهار في القرآن

تحدثنا فيما سبق عن الإشهار كوسيلة تواصل بين البشر، يستخدم اللغة والصورة والصوت والموسيقى، وهو عمل تجاري يقوم على أسس علمية، يقتات منه كثير من الناس، هو مهندس في كل حياتنا

اليومية العامة والخاصة وإن لم نشعر بذلك، ومن أهم صفات الإشهار - كما رأينا سابقا - أنه :

1- عملية تواصل بين البشر تفرضها طبيعة الاجتماع البشري لتبادل المنفعة.

2- التعبير عن رأى يجتهد صاحبه في الدفاع عنه (صدقا أو كذبا) أو تسويقه.

3- يظهر الطبيعة النفسية للأشخاص كحب الفخر وكرهية الخديعة والفشل.

4- يمتد في التاريخ البشري قبل نزول آدم إلى الأرض، ثم وجود المجتمعات.

5- متغلغل ومندس في كل أحاديث البشر، حتى أصبح عادة كلامية عندهم.

6- له بريق يشد انتباه السامع لما يحمله من أخبار سعيدة؛ ولو كانت كاذبة.

إذا كان الإشهار بهذه الصفات؛ فيجب علينا أن ننظر إليه في هذا الإطار على أنه يمثل جانبا هاما لا غنى عنه في حياتنا اليومية قديما وحديثا.

لو انطلقنا إلى النص القرآني العظيم حاملين في أذهاننا تلك الصفات عن الإشهار؛ لنبحث فيه عن تلك الظاهرة بكل صفاتها وخصائصها فنجد مفعما بالحياة، يحمل في جوانبه تاريخ البشرية القديم والحديث والمعاصر، وآراء وأفكار كثيرة عن الأشياء (سلع وغيرها) المادية والمعنوية، ليوصلها إلينا باستخدام كل الأساليب والنظريات التي نظن أنها تحمل فكرا جديدا وأساليب حديثة، ولكن بعد الدراسة تبين لنا أن هذه النظريات والأساليب موجودة من قبل في القرآن الكريم؛ وقد استخدمها بالفعل، فالنص القرآني ثابت باق كما هو منذ عهد نزوله، والجديد هو معرفتنا به وبجهود تلك النظريات التحليلية المعاصرة، ويكفينا حديث رسول الله (صلى الله عليه وسلم) في وصف كل ما يحويه القرآن من معرف قديمة وحديثة ومعاصرة؛ وانظر إلى نص هذا الحديث الشريف " أَخْبَرَنَا مُحَمَّدُ بْنُ يَزِيدَ الرَّفَاعِيُّ، حَدَّثَنَا الْحُسَيْنُ الْجُعْفِيُّ عَنْ حَمْزَةَ الزِّيَّاتِ عَنْ أَبِي الْمُخْتَارِ الطَّائِبِيِّ عَنِ ابْنِ أَخِي الْحَارِثِ عَنِ الْحَارِثِ، قَالَ بَخَلْتُ الْمَسْجِدَ فَإِذَا أَنَسَ يَخْوِضُونَ فِي أَحَادِيثِ فَدَخَلْتُ عَلَى عَلِيٍّ فَقُلْتُ: أَلَا تَرَى أَنَّ أَنَسًا يَخْوِضُونَ فِي أَحَادِيثِ فِي الْمَسْجِدِ فَقَالَ: قَدْ فَعَلَوْهَا قُلْتُ: نَعَمْ قَالَ: أَمَا إِنِّي سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: سَتَكُونُ فِتْنٌ قُلْتُ: وَمَا الْمَخْرَجُ

مَنْهَا قَالَ: كِتَابُ اللَّهِ كِتَابُ اللَّهِ فِيهِ نَبَأُ مَا قَبْلَكُمْ وَخَبْرُ مَا بَعْدَكُمْ وَحُكْمُ مَا بَيْنَكُمْ هُوَ الْفَصْلُ لَيْسَ بِالْهَزْلِ... الحديث " (1)

هذا الحديث رسول الله يوضح لنا عظمة ما يحويه النص القرآني، وهو يدفع بنا إلى بذل الجهد والعرق في فهمه، باحثين فيه عن كل جديد وقديم ومعاصر، ولدينا الآن ظاهرة اجتماعية لغوية كنا نظن أنها حديثة وقد أثبتنا من خلال الدراسة السابقة التاريخ الكبير لهذه الظاهرة، وتجدرها في التاريخ البشري، بما يجعلنا نبحث عنها في كتاب الله، وقد وجدنا أمثلة كثيرة فيه ذكرناها عبر الدراسة السابقة.

لهذا يجب دراسة النص القرآني الإشهاري لتحقيق الأغراض الآتية:

- 1- النظر في هذا النص، للبحث عن ظاهرة الإشهار فيه بصورة أكبر.
 - 2- توظيف النظريات الحديثة لفهم النص القرآني بصورة أكبر في الإشهار .
 - 3- فهم دور تلك النظريات في توضيح جوانب في الإشهار لم تكن معروفة .
 - 4- التأكيد على أن بناء النص الإشهاري القرآني سبق بناء الإشهار الحديث .
 - 5- محاولة تتبع هذه الظاهرة في سورة محددة من القرآن الكريم؛ لتطبيق معطيات تلك النظريات بصورة أكبر وأعمق وأشمل .
- آليات العملية الإشهارية في القرآن:
- تتكون منظومة العمل الإشهاري في القرآن الكريم من:
- 1- غاية: يسعى إلى تحقيقها البائع هي الترويج لسلعته، وإقناع المستهلك بها .
 - 2- بائع أو مشهر يسعى لتحقيق هذه الغاية: وهو في النص القرآني قد يكون الحق تبارك وتعالى معلنا عن سلعته (الجنة) أو معرفا بنفسه أو محذرا من عقابه وعذابه، وقد يكون المعلن هو أحد خلقه يعلن عن ربه (نبي - طائر - أحد الأشخاص الذين ذكرت قصصهم بالقرآن - وقد يكون الشيطان نفسه).
 - 3- المشتري: وهو كل من تقدم ليشتري هذه السلع، فمن عمل صالحا هو من كانت غايته شراء سلعة الله (الجنة)، كذلك الذي عمل السوء تقدم لشراء سلعة إبليس (جهنم) .

(1) رواه الترمذي (2908)، والدارمي (435/2)، والبيهقي في شرح السنة (1181)، والصحيح أنه موقوف على علي. وأخرجه من طريق آخر الطبراني في الكبير (160/84/20).

4- اعتمد الإشهار القرآني على معرفته بالطبيعة البشرية في إقناع المتلقي بسلعته، من إثارة الجانب النفعي المادي داخل المتلقي من حب المال وحب الجمال وغيره، والجانب النفسي من حب الخلود والتفاخر بالنفس والتأثر بكل المؤثرات الخارجية والداخلية على نفسه .

5- دور النظريات الجديدة في آلية عمل هذه المنظومة: تقوم هذه النظريات بتفسير عمل الإشهار في الذهن البشري، وإلقاء الضوء على جوانب في هذه العملية الإشهارية، كانت ولا زالت موجودة فيها، تؤثر في آليات عمل هذه الظاهرة، فتجعلنا نرى تلك الظاهرة بصورة أوضح وأشمل .

6- يجب دراسة النص القرآني في ضوء معطيات النظريات الإشهارية التي تحدثنا عنها، ليس بهدف التأكيد على أن القرآن سبق تلك النظريات وعقول أصحابها بآلياتها وأساليبها الجديدة، فهو أمر معروف سلفاً؛ لكن لهدف آخر، وهو إعادة النظر إلى النص القرآني في ضوء آليات ومفاهيم جديدة، ومن زوايا لم ينظر إليها السابقون من قبل، فكل إشهار ورد في القرآن سبق أن تحدث عنه المفسرون، وحلله علماء اللغة والنحو والبلاغة وغيرهم، ولكننا نجد أن كثيراً من هذه الآراء الجديدة والزوايا التي دخل من خلالها أصحاب هذه النظريات؛ لم يتعرض لها علماء السلف الصالح، لهذا تصبح هذه الدراسة ذات بُعد جديد لم يتعرض له السابقون، فتكون الصورة أكثر وضوحاً، ومن هنا تأتي قيمة هذه النظريات في فهم، وتحليل النص القرآني. وقد اخترنا للبحث في هذه الظاهرة سورة يوسف عليه السلام لهذه الأسباب:

أ - وجود عمليات إشهارية كثيرة فيها تصل إلى أكثر من عشر عمليات .

ب - تنوع العمليات الإشهارية بها، من عمليات مادية ومعنوية وتنوع السلع .

ج - تناولت السورة السيرة الذاتية لنبي الله يوسف في مراحل عمره المختلفة مع وصف لمواقف الشدة والفرح في حياته؛ مما يجعلها تعج بالحياة وتنبض بالحيوية والأشخاص والأفعال المتنوعة والمتناقضة أحياناً، فهي سوق لتلك النفوس: تبيع وتشتري وتباع وتشتري، يجب أن ننظر إليها في إطار هذا المفهوم لنرى ما بها من إشهار بصورة واضحة وصحيحة .

د - بيان الانفعالات الإنسانية التي بالسورة، وكيف وظفها أصحابها في إطار عمليات تجارية إشهارية ناجحة لتحقيق أغراضهم منها .

الفصل الثاني

سورة يوسف نموذجاً

1 - شيء عن السورة ومكانتها وفضلها:

سورة يوسف سورة مكية كلها كما ذكر ذلك القرطبي " عن ابن عباس وقتادة إلا أربع آيات منها، ويروى أن اليهود سألوا رسول الله صلى الله عليه وسلم عن قصة يوسف فنزلت السورة، وقال سعد بن أبي وقاص (أنزل القرآن علي رسول الله صلى الله عليه وسلم، فتلاه عليهم زماناً، فقالوا: لو قصصت علينا، فنزل (نحن نقص عليك) فتلاه زماناً فقالوا: لو حدثنا، فأنزل (الله أنزل أحسن الحديث) (1) .

نزلت هذه السورة لتجيب عن تساؤل اليهود، كما ذكر ذلك أيضاً الرازي بقوله: " روى أن علماء اليهود قالوا لكبراء المشركين: سلوا محمداً لم ينتقل آل يعقوب من الشام إلى مصر وعن كيفية قصة يوسف، فأنزل الله تعالى هذه الآية، وذكر فيها أنه تعالى عبر عن هذه القصة بألفاظ عربية، ليتمكنوا من فهمها ويقدرُوا علي تحصيل المعرفة بها (2) .

إن سورة يوسف قصة كاملة لحياة نبي كريم ابن الكريم ابن الكريم ابن نبي الله إبراهيم، ومن هنا ينطلق عقلاً إلى معنى كلمة (حياة) تروى في سورة قرآنية؛ لنتصور أنها ستتحدث عن كل شيء في حياته عليه السلام، فهي آيات تعج بالحياة بكل ألوانها ومواقفها وأفراحها وأتراحها في سيرة هذا النبي، لذا نتوقع أن نجد فيها كثيراً من الإشهارات التي تفرضها طبيعة الحياة البشرية، فالإشهار منس في حياتنا، ولا نكاد نشعر به، فيوسف في هذه القصة يُباع ويُشترى، ويُعلن كنبى عن الله ربه، وغيرها من الإشهارات التي في السورة .

هذه السورة تسرية من الله عن نفس نبيه بإخباره عن معاناة الأنبياء والرسل من قبله؛ ليكون إمامهم في الصبر، بل إمام أولي العزم من الرسل .

اليهود: تعرض السورة لأهم صفات اليهود من حب المال والتجارة، ولا مانع لديهم من بيع أي شيء، حتى ولو كانت السلعة أخاهم .

(1) تفسير القرطبي: ج5، ص3347.
(2) التفسير الكبير: مجلد9، ج18، ص68.

الإشهار في السورة: تعرض السورة لأنماط مختلفة من البيع والشراء لسلع شتي، لهذا تضمنت أساليب متنوعة للإشهار كالتي ذكرتها هذه النظريات .

شخصية البطل: يوسف محور القصة وتدور حوله الأحداث، وهذا إشهار عنه، وهو رمز وقيمة إنسانية، يسعى كثير إلى التمثل بحياته، واعتباره قدوة لهم يحملها الإشهار عنه فالمنتج لابد أن يشير لقيمة إنسانية عالية يعليها ليتحرر من الهدف التجاري المباشر وهو البيع، فالإشهار لا يعلن عن منتج فحسب، بل يرفع قيمة إنسانية داخل نفس المشتري، ليثير فيه رغبة إنسانية عالية تدفعه إلى الاقتناع بالمنتج ثم الإسراع بالشراء .

يوسف عليه السلام رمز وقيمة إنسانية تحملها سيرته الذاتية من: الصبر على ألوان الظلم والثبات على الدين، ونموذج للأخلاق العالية من الطهارة والعفة رغم حسنه الذي فتن به كل من رآه إلى جانب التضحية والتسامح، كل هذه القيم الإنسانية التي جاءت في سورة يوسف تجعلنا نختارها نموذجاً للإشهار القرآني، فقد ذكر بنكراد قضية القيمة، والرمزية والمثل الأعلى في الإشهار قائلاً: " تتحول المعلومات المتضمنة في الملفوظات التقريرية... إلى رغبة في الشراء. من خلال تضمين الملفوظات التقريرية بعداً جديداً يصبح بموجبه المنتج موضوع (قيمة) لا مادة معروضة للبيع... إن موضوع القيمة هو المسئول عن الرغبة التي تتولد عند المتلقي وتدفعه إلى شراء المنتج لا يستهلك لنفعيته، بل لإحالته على طريقة في العيش وفي تصور الحياة، وهنا يكمن الجوهر الحقيقي للإشهار؛ فبائع الأحذية لا يبيع أحذية، بل يبيع أقداماً جديدة (1) .

1-1 القيمة والرمز في شخصية يوسف :

أصبح يوسف عليه السلام (كشخصية محورية في هذه القصة) رمزا وقيمة، يسعى الناس إلى التمثل بها في كثير من المواقف الحياتية المشابهة، ويظهر هذا من خلال تلك العبارات التي نستعملها في مجتمعنا إلى اليوم هذا، نحو:

1- الصبر على ظلم الإخوة، يقول من ظلمه إخوته: (أنتم إخوة يوسف).

(1) الصورة الإشهارية: 210.

- 2- الجمال الباهر، يقال: (فلان يوسف في الحسن) .
3- النصر بعد الصبر، يقال: (نصرك الله كما نصر يوسف).
4- العفة والطهر يقال لمن يوصف بذلك: (هو في عفة يوسف وطهارته)
5- براءة المتهم ظلماً، فيقال (هو بريء براءة الذئب من دم ابن يعقوب).

ومن هذا يبدو ارتباط الوصلة الإشهارية بما تحمله من إعلان عن شخص أو منتج أو قيمة إنسانية بالواقع المحيط بالمتلقي ليُقبل عليه، لأنه يحمل قيمة يسعى إليها ورغبة دافية بداخله يحققها هذا لمنتج أو الشخص المعلن عنها .

1-2 مجهولية الرمز ومعلوماته في قصة يوسف :

يقول سعيد بنكراد: " كل العناصر الممثلة في الصورة تحيل على النوع الذي تنتمي إليه من خلال فعل كنائي ضمنى. فالفتاة التي تحتسي مشروباً مثلاً، ينظر إليها باعتبارها تحيل على كل الفتيات... فالنموذج الممثل يجب أن يظل مجهولاً، ويجب ألا يثير حوله أي اهتمام، فالذي يجب أن يحضر في الإرسالية هو العوالم التي تثيرها هذه الفتاة بحيث تصبح هي التحقق الممكن للفتاة التي يحملها كل مستهلك في وجدانه(1).

إن ضرورة مجهولية النموذج الذي ذكره بنكراد ليس صحيحاً، لأنه ليس مجهولاً كما يدعي، بل إن ما يراه المتلقي فتاة شقراء حسنة كاملة الجمال، هو الوجود الفعلي لها، بما تثيره في نفس المتلقي من رغبات دافية، لولا ذلك ما كان له أن يهيم فيها، كما تفعل صورة كل فتاة جميلة، ولكنه لا يعرفها بصورة شخصية، فهي ليست فلانة الجميلة (فنانة ملكة جمال. عارضة أزياء) وربما كانت تلك المعرفة سبباً في إغراضه عنها، إن ما قدمته الفتاة لمشاهديها من بطاقة تعارف أغنت عن كل بطاقات ومؤهلات وتعريفات خاصة بها، إنها بطاقة حسناتها وجمالها ومفاتها، فأصبحت في نظر المتلقي شيئاً معروفاً محفوظاً، لأنها تطابق - بنسب مختلفة - ما في نفسه من صورة للجمال، إن مجهولية النموذج في هذا الموضع لم يلاحظ فيها بنكراد عنصر المعرفة الأبدية بهذه الفتاة، وهي المعرفة بالجمال الذي يهيم فيه كل

(1) الصورة الإشهارية: ص 210.

إنسان يحب الجمال، هي نموذج معروف لكل البشر غير مجهول كما يزعم بنكراد .

إن النموذج الذي في سورة يوسف معروف بالجمال لكل من رآه أو تخيله أو سمع عنه، ليس من خلال بطاقة تعريفية يقدمها المعلن عن قدومه، بل بطاقة تعارفه لمن لا يعرفه هي حسنه المتناهي في الجمال الملائكي أولاً، كشيء يشد الناظر إليه لأول مرة، ثم يعيش معه في أنوار النبوة التي تُظهر ما معه من آداب وأخلاق النبوة، وخلق يفوق جمال الخُلقة، هذا لمن شرح الله صدره للإيمان؛ فرأى هذه الأنوار، أما غيره فيشده جمال الخُلقة فقط. (كما حدث لزيخا التي فُتنت بجمال الخُلقة أولاً، ثم آمنت بالله ونبيه فرأت نور النبوة باديا في وجه يوسف عليه السلام، فتحولت الفتنة داخلها إلى الافتتان بجمال الإيمان بالله وهدايته، ورأت فيه نور النبوة) .

ورغم قول بنكراد بضرورة مجهولة النموذج إلا أنه تراجع عن هذا الشرط بقوله: " ومع ذلك يمكن استحضار حالات لا يكون فيها النموذج مجهولاً. بل يكون اختياره جزءاً من الوصلة لشهرته فكثيراً ما تستعين الوصلة بمشاهير من عالم الفن أو الرياضة أو الموسيقى. وهم هنا نماذج للنجاح والنجومية التي يحلم بها كل مستهلك... وفي هذه الحالة فإن النموذج المنتقى يعد في ذاته أداة للإقناع، إنه هنا لكي يكون نموذجاً يحتذى به (1) .

لقد أثبتنا أن مجهولية النموذج الذي ذكره بنكراد غير صحيح، لأن هذه الفتاة معروفة لكل محب للجمال، وكذلك نجوم الفن والرياضة، تثير في نفس المتلقي رغبات دفينية، من الحرص على النجاح مثلهم، وكذا احتذاء حذوهم، أما قوله (أنه أداة للإقناع، لأنه نموذج يحتذى به) نجد هذا القول متحققاً في شخصية يوسف عليه السلام؛ فهو نموذج يحتذى به للعفة والطهارة والصبر والإحسان والتسامح، حتى صار مضرب المثل في تلك الصفات، كما رأينا .

2 - نماذج الإشهار في سورة يوسف:

بعد قراءة متمهلة لهذه السورة الكريمة عن نبي الله يوسف عليه السلام؛ أمكنني حصر ما فيها من آيات يمكن أن تمثل نماذج مختلفة للإشهار .

(1) المرجع السابق: 211.

ويمكن عرض هذا التصور الذي تكوّن لدي لأنواع الإشهار في السورة في الشكل الآتي :

أولاً: إشهار عن الله سبحانه وتعالى:
في قوله: ﴿يَا صَاحِبِي السَّجْنِ أَرْبَابٌ مُتَفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمْ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ﴾ [يوسف: 39] .

ثانياً : إشهار عن يوسف عليه السلام في مراحل عمره المختلفة:
أ - في صباه:

1- بضاعة يزهدا البائع في قوله: ﴿وَشَرَوْهُ بِثَمَنٍ بَخْسٍ دَرَاهِمَ مَعْدُودَةٍ وَكَانُوا فِيهِ مِنَ الزَّاهِدِينَ﴾ [يوسف: 20] .

2- بضاعة يكرمها المشتري أملاً منها المنفعة والولد في قوله: ﴿وَقَالَ الَّذِي اشْتَرَاهُ مِنْ مِصْرَ لَامْرَأَتِهِ أَكْرِمِي مَثْوَاهُ عَسَى أَنْ يَنْفَعَنَا أَوْ نَتَّخِذَهُ وَلَدًا﴾ [يوسف: 21] .

ب - في شبابه: بضاعة تُعرض في صمت في قوله: ﴿وَقَالَتْ اخْرِجْ عَلَيْنَ فَلَمَّا رَأَيْنَهُ أَكْبَرْنَهُ وَقَطَّعْنَ أَيْدِيَهُنَّ وَقُلْنَ حَاشَ لِلَّهِ مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ﴾ [يوسف: 31] .

ج - في رجولته:

1- يوسف مفسر أحلام للسجناء في قوله: ﴿نَبِّئْنَا بِتَأْوِيلِهِ إِنَّا نَرَاكَ مِنَ الْمُحْسِنِينَ﴾ [يوسف: 36] .

2- يوسف مفسر أحلام للملك في قوله: ﴿يُوسُفُ أَيُّهَا الصِّدِّيقُ أَفْتِنَا فِي سَبْعِ بَقَرَاتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعٌ عِجَافٌ وَسَبْعِ سُنبُلَاتٍ خُضْرٍ وَأُخَرَ يَابِسَاتٍ لَعَلِّي أَرْجِعُ إِلَى النَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَعْلَمُونَ﴾ [يوسف: 46] .

3- يوسف يُطلب كمستشار للملك في قوله: ﴿وَقَالَ الْمَلِكُ انْتُونِي بِهِ أَسْتَخْلِصْهُ لِنَفْسِي فَلَمَّا كَلَّمَهُ قَالَ إِنَّكَ الْيَوْمَ لَدَيْنَا مَكِينٌ أَمِينٌ﴾ [يوسف: 54] .

4- يوسف يطلب وظيفة وزير زراعة للملك في قوله: ﴿قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ﴾ [يوسف: 55] .

ثالثا: إشهار عن إخوة يوسف:

أ) إشهار عن أخيه بنيامين (سلعة مطلوبة للعرض فقط): ﴿وَلَمَّا جَهَّزَهُمْ بِجَهَّازِهِمْ قَالَ أَتُنُونِي بِأَخٍ لَكُمْ مِنْ أَبِيكُمْ أَلَا تَرَوْنَ أَنِّي أَوْفِي الْكَيْلَ وَأَنَا خَيْرُ الْمُنْزِلِينَ (59) فَإِنْ لَمْ تَأْتُونِي بِهِ فَلَا كَيْلَ لَكُمْ عِنْدِي وَلَا تَقْرَبُونِ (60)﴾ [يوسف].

ب) إشهار إخوة يوسف عن أنفسهم والفخر بقوتهم: ﴿إِذْ قَالُوا لِيُوسُفُ وَأَخُوهُ أَحَبُّ إِلَيْنَا مِنْنَا وَنَحْنُ عُصْبَةٌ إِنَّ أَبَانَا لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ﴾ [يوسف:8]

2- ﴿قَالُوا لَنْ نَأْكُلَهُ الدَّنْبُ وَنَحْنُ عُصْبَةٌ إِنَّا إِذًا لَخَاسِرُونَ﴾

[يوسف:14]

رابعا: الإشهار عن سلع متنوعة:

أ) إشهار عن عمل أدبي (قصة) في قوله: ﴿نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ بِمَا أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ هَذَا الْقُرْآنَ وَإِنْ كُنْتَ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنَّ الْعَاقِلِينَ﴾ [يوسف:3].

ب) إشهار عن سلعة مزجاة في قوله: ﴿فَلَمَّا دَخَلُوا عَلَيْهِ قَالُوا يَا أَيُّهَا الْعَزِيزُ مَسَّنَا وَأَهْلْنَا الضَّرَّ وَجِئْنَا بِبِضَاعَةٍ مُزْجَاةٍ فَأَوْفِ لَنَا الْكَيْلَ وَتَصَدَّقْ عَلَيْنَا إِنَّ اللَّهَ يَجْزِي الْمُتَصَدِّقِينَ﴾ [يوسف:88].

ج) إشهار عن أشياء مفقودة في قوله: ﴿قَالُوا نَفَقْدُ صَوَاعِ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ﴾ [يوسف:72].

خامسا: إشهار عن سلعة أخروية:

﴿إِنَّهُ مَنْ يَتَّقِ وَيَصْبِرْ فَإِنَّ اللَّهَ لَا يُضِيعُ أَجْرَ الْمُحْسِنِينَ﴾ [يوسف:

99].

نعرض في الصفحات التالية بالدراسة والتحليل لبعض من هذه الإشهارات:

الإشهار الأول

الإشهار عن الله سبحانه تعالى

قال تعالى: ﴿ يَا صَاحِبِي السَّجْنَ أَرْبَابٌ مُتَفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمْ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ ﴾ [يوسف: 39] .

أولاً: مع اللغويين والمفسرين:
مع اللغويين:

أرباب: قال ابن سيده: " الرَّبُّ: الله عز وجل والاسم: الربابة، والربوبية: كالربابة... ورب كل شيء مالكة ومستحقه، وقيل صاحبه... والجمع أرباب وربوب... وَرَبُّهُ يَرْبُهُ رَبًّا: ملكه " (1) .
قال الراغب الأصبهاني:

" الرب في الأصل: التربية وهو إنشاء الشيء حالا فحالا إلى حد التمام، فالرب: مصدر مستعار للفاعل. ولا يقال الرب إلا الله تعالى، المتكفل بمصلحة الموجودات، وبالإضافة يقال له ولغيره، يقال رب الدار ورب الفرس صاحبهما، ولم يكن من حق الرب أن يجمع، إذ كان إطلاقه لا يتناول إلا الله تعالى - لكن أتى في نفسه، والرب لا يقال في التعارف إلا في الله، وجمعه أربة وربوب بلفظ الجمع فيه على حسب اعتقاداتهم - لا على ما عليه ذات الشيء " (2) .
قال الداغاني:

" والوجه الثامن؛ الرب هو المالك والسيد (ارجع إلى ربك) أي مالكك وسيدك (إنه ربي) أي سيدي. والوجه التاسع: الرب الكبير (فاذهب أنت وربك) يعنون كبيرك وأخاك " (3) .
مع المفسرين:

تفسير ابن كثير:

قال ابن كثير: " إن يوسف عليه السلام أقبل على الفتيين بالمخاطبة والدعاء لهما إلى عبادة الله وحده لا شريك له، وخلع ما سواه من

(1) المحكم والمحيط الأعظم: ج 11، ص 206.

(2) المفردات في غريب القرآن: الحسن بن علي الراغب الأصبهاني، مكتبة الأنجلو، 269 - 270.

(3) الوجوه والنظائر لألفاظ كتاب الله العزيز: محمد الداغاني، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، القاهرة، 1996م، ص 378.

الأوثان التي يعبدها قومهما، فقال: (أرباب متفرقون خير أم الله الواحد القهار) أي الذي ذل كل شيء لعز جلاله وعظمة سلطانه " (1) .
وتتبين من كلام ابن كثير: أن يوسف دعاها لعبادة الله .
تفسير القرطبي:

قوله تعالى: (يا صاحبي السجن) أي يا ساكني السجن؛ وذكر الصحبة لطول مقامهما فيه، كقولك: أصحاب الجنة، وأصحاب النار. (أرباب متفرقون) أي في الصغر والكبر والتوسط، أو متفرقون في العدد (خير أم الله الواحد القهار) وقيل: الخطاب لهما ولأهل السجن، وكان بين أيديهم أصنام يعبدونها من دون الله تعالى، فقال ذلك إلزاماً للحجة؛ أي آلهة شتى لا تضر ولا تنفع (خير أم الله الواحد القهار) الذي قهر كل شيء. وقيل: أشار بالتفرق إلى أنه لو تعدد الإله لتفرقوا في الإرادة ولعلا بعضهم على بعض، وبين أنها إذا تفرقت لم تكن آلهة " (2)

ذكر القرطبي:

* سبب النداء عليهما بصاحبي السجن .
* وأنهما كان بين أيديهما أصنام يعبدونها، وهو بيان أنه اقتنص الفرصة ليدعوها إلى عبادة إله واحد قهار؛ أثناء عبادتهم الأصنام التي لا تنفعهم .
* بين عاقبة تعدد الآلهة عليهم وعلي الناس .

تفسير الرازي:

" اعلم أنه عليه السلام لما ادعى النبوة في الآية الأولى، وكان إثبات النبوة مبنيًا على إثبات الإلهيات لا جرم شرع في هذه الآية في تقرير الإلهيات، ولما كان أكثر الخلق مقرين بوجود الإله العالم القادر، وإنما الشأن في أنهم يتخذون أصنامًا على صورة الأرواح الفلكية، ويعبدونها ويتوقعون حصول النفع والضرر منها لا جرم كان سعي أكثر الأنبياء في المنع من عبادة الأوثان. فكان الأمر على هذا القانون في زمان يوسف عليه السلام، فلهذا السبب شرع ههنا في ذكر ما يدل على فساد القول بعبادة الأصنام وذكر أنواعا من الدلائل والحجج:
الحجة الأولى: قوله: (أرباب متفرقون خير أم الله الواحد القهار) وتقرير هذه الحجة أن نقول: إن الله تعالى بين أن كثرة الآلهة توجب

(1) تفسير ابن كثير: ج2، ص479.
(2) تفسير القرطبي: ج5، ص3421.

الخلل والفساد في هذا العالم، وكون الإله واحدا يقتضي حصول النظام وحسن الترتيب، فلما قرر هذا المعنى في سائر الآيات، قال ههنا: متفرقون خير أم الله الواحد القهار والمراد منه الاستفهام على سبيل الإنكار .

والحجة الثانية: أن هذه الأصنام معمولة لا عاملة ومقهورة لا قاهرة، فإن الإنسان إذا أراد كسرها وإبطالها قدر عليها فهي مقهورة لا تأثير لها، ولا يتوقع حصول منفعة ولا مضرة من جهتها، وإله العالم فعال قهار قادر يقدر على إيصال الخيرات ودفع الشرور والآفات، فكان المراد أن عبادة الآلهة المقهورة الذليلة خير أم عبادة الله الواحد القهار، فقوله: أرباب (إشارة إلى الكثرة فجعل في مقابلته كونه تعالى واحدا)، وقوله: متفرقون (إشارة إلى كونها مختلفة في الكبر والصغر واللون والشكل، وكل ذلك إنما حصل بسبب أن الناحية والصانع يجعله على تلك الصورة) فقوله: متفرقون (إشارة إلى كونها مقهورة عاجزة وجعل في مقابلته كونه تعالى قهارا، فبهذا الطريق الذي شرحناه اشتملت هذه الآية على هذين النوعين الظاهرين)،

والحجة الثالثة: أن كونه تعالى واحدا يوجب عبادته؛ لأنه لو كان له ثان لم نعلم من الذي خلقنا ورزقنا ودفع الشرور والآفات عنا، فيقع الشك في أنا نعبد هذا أم ذاك، وفيه إشارة إلى ما يدل على فساد القول بعبادة الأوثان، وذلك لأن بتقدير أن تحصل المساعدة على كونها نافعة ضارة إلا أنها كثيرة، فحينئذ لا نعلم أن نفعنا ودفع الضرر عنا حصل من هذا الصنم أو من ذلك الآخر أو حصل بمشاركتها ومعاونتها، وحينئذ يقع الشك في أن المستحق للعبادة هو هذا أم ذاك، أما إذا كان المعبود واحدا ارتفع هذا الشك وحصل اليقين في أنه لا يستحق العبادة إلا هو، ولا معبود للمخلوقات إلا هو، فهذا أيضا وجه لطيف مستنبط من هذه الآية.

الحجة الخامسة: وهي شريفة عالية: وذلك لأن شرط القهار أن لا يقهره أحد سواه، وأن يكون هو قهارا لكل ما سواه، وهذا يقتضي أن يكون الإله واجب الوجود لذاته، إذ لو كان ممكنا لكان مقهورا لا قاهرا ويجب أن يكون واحدا، إذ لو حصل في الوجود واجبان لما كان قاهرا لكل ما سواه، فالإله لا يكون قهارا إلا إذا كان واجبا لذاته وكان واحدا، وإذا كان المعبود يجب أن يكون كذلك فهذا يقتضي أن يكون الإله شيئا غير الفلك وغير الكواكب وغير النور والظلمة وغير العقل والنفس،

فهذا الحرف الواحد كاف في إثبات هذا التوحيد المطلق وأنه مقام عال،
بقي فيها سؤالان:

السؤال الأول: لم سماها أربابا وليست كذلك؟

والجواب: لا اعتقادهم فيها أنها كذلك، وأيضا الكلام خرج على سبيل
الفرض والتقدير، والمعنى أنها إن كانت أربابا فهي خير أم الله الواحد
القهار .

السؤال الثاني: هل يجوز التفاضل بين الأصنام وبين الله تعالى حتى
يقال إنها خير أم الله الواحد القهار؟

الجواب: أنه خرج على سبيل الفرض، والمعنى: لو سلمنا أنه
حصل منها ما يوجب الخير فهي خير أم الله الواحد القهار⁽¹⁾ .

هذا القول للرازي يثبت ذكاء الرجل وحسن فطنته وعلمه الواسع
وقدرته على استنباط المعاني والأحكام من النص القرآني، ولكن هناك
خلاف مع الرجل؛ هو أنه يرى المقصود بأرباب أي آلهة، ولكن
(والعلم عند الله) أن مقصود يوسف هو القادة والحكام الذين يتولون
أمرهم في السجن والعاملون عليهم من الحراس وسواهم، وما يدفعني
إلى هذا الاعتقاد هو :

1- سياق الحال: وهو مستنبط من المكان والزمان، فالمكان: السجن،
والزمان: زمان الحدث الآني، فهم بالفعل سجناء الآن في السجن،
فعلقتهم بالرب بمعنى السجناء أت من الحالة التي هم فيها فهي لا
تسمح لهم إلا بهذا المعنى .

2 - حاجة هؤلاء القوم إلى رب يحميهم، وليس إلى إله يعبدونه،
ولهذا اختار من صفات الله كلها صفتي (الوحدانية والقهر) لهذا لم يقل
يوسف لهما:

ألهة متفرقون للأسباب السابقة، ولأن الربوبية درجة أقل من
الألوهية، وكما رأينا لدى أصحاب المعاجم أن كلمة رب تطلق على الله
وعلى غيره، نحو رب الدار ورب الفرس.

فهذا كله يؤكد أن المقصود بأرباب هم الحكام والأمراء والسادة
القائمون على قيادة السجن، والله أعلم .
في ظلال القرآن:

وقد قال بهذا الرأي قبلي أ. سيد قطب: " وينتهز يوسف هذه
الفرصة؛ لبيث بين السجناء عقيدته الصحيحة؛ فكونه سجيناً لا يعفيه

(1) تفسير الرازي التفسير الكبير: المجلد التاسع، ج18، ص115.

من تصحيح العقيدة الفاسدة والأوضاع الفاسدة، القائمة على إعطاء حق الربوبية للحكام الأرضيين، وجعلهم بالخضوع لهم أرباباً يزاولون خصائص الربوبية، ويصبحون فراعين! (1) " فهنا إشارة منه إلى أن المقصود بالأرباب حكام السجن والسجانين .

ثم يشير إلى عنصر أساسي في هذا الإشهار وهو عرض فكرة الدين الجديد ببساطة وتودد إلى مستمعه، وهذا أساسي في الإشهار " لقد رسم يوسف عليه السلام بهذه الكلمات القليلة الناصعة الحاسمة المنيرة، كل معالم هذا الدين، وكل مقومات هذه العقيدة كما هز بها كل قوائم الشرك والطاغوت والجاهلية هزاً شديداً عنيفاً.. (يا صاحبي السجن، أرباب متفرقون خير أم الله الواحد القهار؟) إنه يتخذ منهما صاحبين، ويتحبب إليهما هذه الصفة المؤنسة، ليدخل من هذا المدخل إلى صلب الدعوة وجسم العقيدة.

وهو لا يدعوها إليها دعوة مباشرة، إنما يعرضها قضية موضوعية: (أرباب متفرقون خير أم الله الواحد القهار؟) وهو سؤال يهجم على الفطرة في أعماقها ويهزها هزاً شديداً.. إن الفطرة تعرف لها إلهاً واحداً؛ فقيم إذن تعدد الأرباب؟.. إن الذي يستحق أن يكون رباً يعبد ويطاع أمره ويتبع شرعه هو الله الواحد القهار (2) .
استنتاجات:

نستنتج من كلام أ. سيد قطب النقاط الآتية:

* قول يوسف: " يا صاحبي السجن " تقريباً إليهما، وهو لب عمل الإشهار، وهو التقرب إلى المتلقي، كوسيلة لإقناعه بالمنتج .
* طرح الدعوة في شكل سؤال لإثارة انتباه المتلقي، ومحاولته المشاركة في التفكير مع المشهر والرد عليه، وكأن هناك مشكلة يحاول حلها .

* المقابلة بين الأرباب المتعددة وبين الله الواحد القهار قد أكد عليها الشيخ، ولها دور كبير في عملية الإشهار، بل يعتمد عليه المشهر في تسويق سلعته بقوله: (قارن بين مسحوقنا والمسحوق العادي) فعملية المقارنة في شكل سؤال تثير فضول المتلقي لمعرفة الفرق بينهما من خلال عمليات عقلية يقيمها المتلقي بينه وبين نفسه؛ للاقتناع بالمنتج .

(1) في ظلال القرآن، سيد قطب، دار الشروق، 1980، القاهرة، ص1988.
(2) المرجع السابق: 1989.

* استغلال يوسف للموقف الحالي وهو حاجة الرجلين لمفسر لحلمهما في الدعوة لله، فالمحتاج أكثر الناس انتباها لما يطلب منه، وهو ما تقوم به كثير من الشركات المعلننة عن سلعة ما؛ بتوظيف تلك الحاجة في التسويق .

* قول الشيخ: إن يوسف هجم على الفطرة السليمة ليهزها، فهي لا تعرف إلا إلهها واحدا لها، فالأصل في الناس الإيمان بالله كما فطروهم الله، فنفهم من هذا أن يوسف استعاث بهذه الفطرة، واحتكم إليه في المقارنة بين الله وبين غيره من تلك الأرباب المتصارعة، وهو ما يلجأ إليه كثير من المشهرين بالدعوة إلى تلك الفطرة السليمة كالدعوة لحقوق الإنسان ومكارم الأخلاق، وغيرها من القيم الإنسانية التي تلقى قبولا لدى الناس في بناء إسهارهم .

* لم يشر الشيخ إلى سبب اختيار يوسف لصفتين من صفات الله (الواحد القهار) دون سائر صفاته سبحانه؟! وهو سياق الحال الذي هما فيه وهو السجن فهما في حاجة شديدة لقائد واحد قوى قهار، وهذا سبب إخباره لهما .

* ذكر الشيخ صفة أساسية في الإشهار، وهي قصر العبارة وأنها على الرغم من قصرها قد حققت الغرض منها يقول: " لقد رسم يوسف عليه السلام بهذه الكلمات القليلة الناصعة الحاسمة المنيرة، كل معالم هذا الدين، وكل مقومات هذه العقيدة " .

* ويذكر صفة أخرى من صفات الإشهار وهي عدم المباشرة في الإشهار حتى يكون مقنعا ومؤثرا، وهو لا يدعوها إليها دعوة مباشرة، إنما يعرضه قضية موضوعية: أرباب متفرقون خير أم الله الواحد القهار؟ فاستخدم الحجاج المقنع، يربط فيه بين العقل والمنطق، والدعوة لله (سلعته) .

تفسير الألوسي " روح المعاني ":

* ويمكن أن نعرض كلام الألوسي في النقاط الآتية :

1- قيمة وصفهما بصاحبي السجن قال الألوسي: "(يَا صَاحِبِي السَّجْنِ) أي يا صاحبي فيه إلا أنه أضيف إلى الظرف توسعاً؛ كما في قولهم: يا سارق الليلة أهل الدار؛ ولعله إنما ناداهما بعنوان الصحبة في مدار الأشجان ودار الأحزان التي تصفو فيها المودة وتتمحض النصيحة ليقبلا عليه ويقبلا مقالته؛ ويجوز أن يراد بالصحبة السكنى.. ولعل في ندائهما بذلك على هذا الوجه حثاً لهما على الإقرار بالحق كأنه قال لهما: يا ساكني هذا المكان الشاق والمحل الضنك إني ذاك

لكم أمراً؛ فقولوا الحق فيه ولا تزيغوا عن ذلك فأنتم تحت شدة ولا ينبغي لمن كان كذلك أن يزيغ عن الحق، وإنما حمل صاحب على ما سمعت لأن صاحب السجن في الاستعمال المشهور السجن أو الملك، والنداء - بيا - بناءً على الشائع من أنها للبعيد للإشارة /إلى غفلتهما وهيمانتهما في أودية الضلال (1).

إن الرجل يعرض لآراء لم نرها من قبل لدي غيره من المفسرين، فمنها:

أ - أن النداء بصاحبي السجن للتوسع أي ليعم كل من في السجن .

ب - في الإضافة للسجن تذكرة بالمشاركة في المحنة .

ج - هذا النداء بشركاء المحنة تذكرة لهما ليقولا الحق؛ فلا تظلموا كما ظلمتم .

د - صاحب السجن قد يكون المقصود بهما السجناء أو الملك أو المساجين .

هـ - النداء بالياء إشارة إلى بعدهما عن الهدى وغفلتهما .

2 - قيمة الاستفهام: أشار الألوسي إلى فائدة توجيه الحوار في شكل سؤال، قال: " وقد تطف عليه السلام بهما في ردهما إلى الحق وإرشادهما إلى الهدى حيث أبرز لهما ما يدل على بطلان ما هما عليه بصورة الاستفهام حتى لا تنفر طباعهما من المفاجأة بإبطال ما ألفاه دهرًا طويلاً ومضت عليه أسلافهما جيلاً فجيلاً فقال: (ءَأَرْبَابٌ مُتَفَرِّقُونَ) متعددون متكثرون يستعبدكم منهم هذا وهذا " .

3- العدد (أرباب) فسر الجمع في الأرباب بقوله: " وحمل التفرق على التفرق في العدد والتكاثر مما ذهب إليه غير واحد، وحمله بعضهم على الاختلاف في الكبر والصغر والشكل ونحو ذلك مما يحصل لها بواسطة تأثير الغير فيها، وجعله إشارة إلى كونها مقهورة عاجزة. وأما التعدد فيشير إليه جمع أرباب باعتبار أنه جمع فيكون ذكر الواحد على هذا في مقابلة ما أشير إليه من التعدد، والقهار في مقابلة ما أشير إليه من المقهورية والعجز، والمعنى أمتعددون سميتوهم أرباباً عجز مقهورون متأثرون من غيرهم خير أم الله أي صاحب هذا الاسم الجليل الواحد الذي يستحيل عليه التكثر بوجه من

(1) روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني: شهاب الدين الألوسي، مكتبة التوفيقية، القاهرة، المجلد السابع، ص334.

الوجوه القهار الذي لا موجود إلا وهو مسخر تحت قهره وقدرته عاجز في قبضته" (1).

4- المقصود بـ (متفرقون): قال: " قيل: المراد من (متفرقون) مختلفو الأجناس والطبائع كالملك والجن والجماد مثلاً، ويجوز أن يراد منه من لا ارتباط بينهم ولا اتفاق، وكثيراً ما يكتفى بذلك عن العجز واختلال الحال ".

5 - كلمة أرباب أنزلتم من درجة الألوهية، قال: " ثم إنه عليه السلام زاد في الإرشاد ببيان سقوط ألهتهما عن درجة الاعتبار رأساً فضلاً عن الألوهية، وأخرج ذلك على أتم وجه فقال معمماً للخطاب لهما ولمن على دينهما من أهل مصر كما هو الظاهر، وقيل: مطلقاً، وقيل: من معهما من أهل السجن (2) .

تفسير التحرير والتنوير:

أضاف الشيخ طاهر بن عاشور الأمر وضوحاً في كثير من المسائل وهي :

1- علل عدم ذكر اسم صاحبي السجن بقوله: " عبر عنهما بوصف الصحبة في السجن دون اسميهما، إما لجهل اسميهما عنده إذ كانا قد دخلا السجن معه في تلك الساعة قبل أن تطول المعاشرة بينهما وبينه، وإما للإيدان بما حدث من الصلة بينهما وهي صلة المماثلة في الضراء الإلف في الوحشة، فإن الموافقة في الأحوال صلة تقوم مقام صلة القرابة أو تفوقها (3) .

2- الغرض من الاستفهام: قال الشيخ الطاهر: " وأراد بالكلام الذي كلمهما به تقريرهما بإبطال دينهما، فالاستفهام تقريرى " (4) .

3- مراعاة البيئة الدينية في تقديم الإله الجديد " قد رتب لهما الاستدلال بوجه خطابي قريب من أفهام العامة، إذ فرض لهما إلهاً واحداً متفرداً بالإلهية كما هو حال ملته التي أخبرهم بها. وفرض لهما آلهة متفرقين كل إله منهم إنما يتصرف في أشياء معينة من أنواع

(1) روح المعاني: المجلد السابع ص333 .

(2) روح المعاني: المجلد السابع ص334 .

(3) التحرير والتنوير: الطاهر بن عاشور: دار سحنون، تونس، بدون تاريخ، مجلد5، ج12، ص274 .

(4) التحرير والتنوير: المجلد الخامس، ج12، ص275 .

الموجودات تحت سلطانه لا يعدوها إلى ما هو من نطاق سلطان غيره منهم، وذلك حال ملة القبط".

4- المقارنة بين الإلهية والإله الواحد: " ثم فرض لهما مفاضلة بين مجموع الحاليين حال الإله المنفرد بالإلهية والأحوال المتفرقة للآلهة المتعددين ليصل بذلك إلى إقناعهما بأن حال المنفرد بالإلهية أعظم وأغنى، فيرجعان عن اعتقاد تعدد الآلهة. وليس المراد من هذا الاستدلال وجود الحاليين في الإلهية والمفاضلة بين أصحاب هذين الحاليين لأن المخاطبين لا يؤمنون بوجود الإله الواحد " (1).

ثانياً : الدراسات الحديثة:

تقديم: هذه بعض آراء المفسرين حول هذه الآية بقي أن ننظر إليها في إطار بحثنا (الإشهار القرآني) وضوء الدراسات الحديثة؛ لنرى كيف نجح في رسالته .

تحدث يوسف عليه السلام عن ربه معلنا عنه سبحانه إلى رفيقي السجن، في عبارة إشهارية يجب أن نحلها في ضوء معطيات هذا العلم الجديد ونظرياته فإذا كان الإشهار يعنى الإعلان عن الشيء؛ ففي هذه العبارة إعلان عن الله تعالى جاء علي لسان نبيه يوسف، وسوف نعرض له في نقاط تحدد البناء اللغوي للإشهار والتواصل والنفسي والاجتماعي التي ذكرتها سابقا لنلقى الضوء على كل جوانب هذه العبارة الإشهارية.

1 - الإشهار والتواصل:

يحقق الإشهار التواصل بين أفراد المجتمع؛ وذلك من خلال قواعد التواصل الاجتماعي؛ وأولها تبادل المنفعة بهذا العمل، وتوجيه الآخرين نحو سلوك معين، فالإشهار هو منفعة لكل من البائع والمشتري، كذا يحقق غرض البائع بتوجيه سلوك المتلقي نحو سلعته من بضاعة أو فكر أو خدمة. وفي إشهارنا نجده يحق التواصل بتبادل المنفعة بين صاحبي السجن بهدايتهم لله ومنفعة لنبي الله يوسف في نجاح مهمته في الدعوة لله، وتوجيه صاحبي السجن نحو عقيدة الوحدانية والإيمان بالله، ومقدمة لتحقيق غرضهم وهو تفسير الرؤيا . ومن خلال هذا الإشهار تبدو لنا عقيدة هذا المجتمع المصري في تلك الحقبة من ميلهم إلى تعدد الآلهة، كما ذكر ابن عاشور من جعل إله لكل شيء في حياتهم وشؤونهم، وتلك ثقافتهم وفكرهم في عصرهم، وقد

(1) المرجع السابق: المجلد الخامس، ج12، 276.

نقلت إليهم فكرة تعدد الآلة من اليونان والرومان، فعرفنا ثقافتهم وعقيدتهم من خلال الإشهار .

* أدوات التواصل:

تحقق التواصل في هذا الإشهار من خلال أدوات منها :

1- المقام اللفظي (أي استخدام اللغة في التعبير التواصل) فهو عبارة لفظية .

2- اجتماعي: من توظيفه الطقوس والعادات في توضيح الفكرة، وهنا توظيف للصراع بين الآلهة وتعدددهم في توضيح قيمة أن يكون الإله واحدا قهارا .

3- مادي: من توظيف الأشياء المادية في تحقيق التواصل؛ لبيان الفكرة من خلال بيان خطورة تعدد الأرباب بصراعهم المادي، ليقنعهم بضرورة الحاجة إلى الإله الواحد .

2 - خصائص الإشهار :

تتحقق أكثر خصائص الإشهار بهذه العبارة، ويبدو ذلك في النقاط الآتية :

أ- الغاية: هذا الإشهار له غاية يسعى لتحقيقها؛ وهي الدعوة لإله واحد قهار .

سرية الغاية: تحققت بالدعوة غير المباشرة لله الواحد القهار بالسؤال أرباب ؟ .

ب - خلق الحاجات: فهو تنبيه للسجينين إلى حاجتهما لوجود إله واحد قهار .

ج - الإغراء: بعرض الأمن والحماية في مقابل الوقوع بين صراع الآلهة .

د - الاستنجاد بعقل المتلقي: من خلال هذا السؤال الذي يحتكم فيه إلى العقل .

هـ - إثارة خيال المتلقي: بتصور حاله بين آلة متصارعة؛ وإله واحد قهار .

نوع الإثارة: بطرح سؤال لا علاقة له بالموضوع، هو طلبهما تفسير الرؤيا .

و- الإيحاء: للوصول لهدفه دون النطق به، فهو يريد القول: يا صاحبي أمنا بالله .

ز- الجانب النفسي والاجتماعي في هذا الإشهار:

الإشهار يتعامل مع الإنسان من خلال المؤثرات النفسية والاجتماعية التي تحركت، ولذا يتلون كل إشهار حسب تلك المؤثرات؛ ويبدو ذلك فيما يأتي :
مؤثرات نفسية:

- * التقرب إليهما بكلمة " يا صاحبي " كما قال المفسرون .
 - * الإشارة إلى المشاركة في المحنة بقوله " صاحبي السجن " .
 - * تحقيق حاجتهم النفسية من الشعور بالأمن والحماية بهذا الإله .
- مصادر التأثير النفسي في العبارة :**

لو نظرنا إلى هذه العبارة سنجد أنها تثير انتباه السامع وتدخله عن طريق السؤال في حوار مع المتكلم، وتثير داخله انفعالات نفسية، من خلال أشياء لم تنطق بها العبارة، بل مستها من طرف خفي، ويبدو ذلك في :

أ) صورة: هذا السجين المقهور وحالة السجان وما يفعلونه به والآلام النفسية والجسدية، وحالته النفسية عند دخول السجان قوى قاهر لهؤلاء السجان المتصارعين، وما يدخله على السجناء من شعور لديهم بالأمن والحماية والطمأنينة، مما يجعل السجناء يسرعون منقادين برضي نفسي تام إلى الإيمان به، على الرغم من أنهم لم يذوقوا إلى الآن لذة الأمن من ذلك الرب، لكن هذه العبارة القوية المقنعة وصلت إلى عقولهم فاقتنعوا .

ب) فآلية الإقناع هنا أتت من الجمع بين المتناقضين والتفاضل بينهما .
فقد راعى المعلن فيه حاجة المستمع النفسية والمادية من الحماية والطمأنينة، فاستجابوا لهذا الإشهار، دون معرفة مسبقة بهذا الرب الذي ربما لم يسمعوا اسمه من قبل (الله)

ت) الحاجة الملحة للأمن والحماية وهو تأثير نفسي أثار انفعالات الخوف والفرع من صراع هؤلاء الأرباب، فاستجاب المعلن لهذه الحاجة ولبّأها .

مؤثرات اجتماعية:

- * المشاركة في المكان (السجن) .
 - * المشاركة في نظام اجتماعي واحد هو حياة السجن .
 - * الإشارة إلى أن العبادة في هذا المجتمع تقوم على تعدد الآلهة .
- 3- التعبير باللغة المنطوقة وغير المنطوقة:

أ- اللغة المنطوقة:

تتميز العبارة الإشهارية بمجموعة من الخصائص اللغوية منها:

1- الجمل قصيرة: يا صاحبي السجن/ أرباب متفرقون خير/ أم الله

الواحد

2- متوالية من الجمل القصيرة: لاحظ هذا التتابع والتوالي من ثلاث جمل قصيرة: يا صاحبي السجن/ أرباب متفرقون خير/ أم الله الواحد القهار .

3- صيغ تقريرية عامة: حيث العبارة تقرر فرق عام بين الله وآلهة متفرقة .

4- تنوع الجمل بالنص بين:

أ - جمل استفهامية نحو: (أرباب متفرقون ؟) .

ب - جمل تقريرية: (أرباب متفرقون) (صاحبي السجن) (الله الواحد القهار) .

ج - جمل ندائية نحو: (ياصاحبي السجن) .

5- الاختصار والإيجاز: الجمل قليلة قصيرة، والغرض منها تحقق، متمثلاً في الوضوح: العبارة واضحة الغرض لا تحتاج إلى تفسير (الدعوة لإله واحد) .

6- المحسنات اللفظية: يبدو هذا في انسجام صوتي أت من صوت الضمة المتكرر مع نهاية أغلب الكلمات: أرباب، خير، الله، الواحد، القهار .

المقابلة بين: كلمة (متفرقون) وكلمة (واحد) وكلمة أرباب والاسم (الله)

7- أرباب: قامت اللغة في هذا الإشهار من خلال ألفاظها المحدودة - كلفظ أرباب - بخلق صورة لله في ذهنهما بما يرونه في الواقع؛ جعلتهما يقتنعان به، وذلك بالمقابلة بين أقرب الأشياء في مخزونهما العقلي، وهي صورة الرب وليس الإله؛ فهما يرياناه باستمرار في صورة السجان، والحاكم من ملوك الفراعنة؛ وعندما قال أحد الفراعنة: ﴿فَقَالَ أَنَا رَبُّكُمُ الْأَعْلَى﴾ [النازعات:1]، فنجد أنه لم يستطع أن يقول: أنا إلهك الأعلى، فمنزلة الإله أعظم من منزلة الرب؛ ولهذا قال يوسف أرباب ولم يقل آلهة، ولهذا كانت كلمة أرباب في مقابل الاسم الأعظم للإله (الله) هي أفضل الألفاظ لبيان الفرق في هذا المقام .

ب - اللغة غير المنطوقة:

1- اللغة الرمزية:

انظر لإشهار يوسف عن رب العالمين: ﴿يَا صَاحِبِي السَّجْنِ أَرْبَابٌ مُتَفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمْ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ﴾ [يوسف: 39]، إنه ليس إشهاراً عن إله يعبد، بل إنه إشهار عن رب قوي. قاهر . سيد . واحد، يستطيع

حمايتهم في سجنهم، لقد حملت كلمات: أرباب. الواحد. قهار. دلالات غير منطوقة بل تفهم من النص، وهي إعطاؤهم صكوك حماية وأمان ودفاع عنهم، لهذا أنصتوا له أملا في ذلك الوعد الذي حملته اللغة الرمزية لنفوسهم. لقد نجحت تلك اللغة في إثارة رغبات دفينه داخلهم؛ هي رغبتهم في الحماية والدفاع والأمن، فمن هذه الرموز في هذا الإشهار:

- رمز الإشهار إلى الاختلاف والصراع بين الآلهة بكلمة (متفرقون).

- رمز إلى طبيعة العقيدة المصرية الوثنية من تعدد الآلهة بكلمة (أرباب).

- رمز إلى الإله الواحد باسمه الأعظم الذي لم يطلق على أحد قبل وهو (الله).

- رمز إلى قوة الإله الواحد الشديدة بكلمة (القهار).

- رمز إلى خصوصية العلاقة بينه وبينهما بكلمة (صاحبي).

- رمز إلى الشراكة في المحنة بكلمة (صاحبي السجن).

2 - اللغة الانفعالية:

أثارت العبارة الإشهارية عدة انفعالات داخل الرجلين منها:

- انفعال الخوف من صراع الآلهة (أرباب متفرقون، أي متصارعون).

- انفعال الأمن بوجود إله واحد قوى قهار (الله الواحد القهار).

- انفعال الشعور بالظلم والقهر بتذكيرهم بما هما فيه من محنة (السجن).

3 - اللغة الإيحائية:

تعتمد هذه اللغة على الإيحاء والتلميح بدلا من التصريح، فلا تعلن عن الهدف المطلوب صراحة، بل تشير إليه. فالهدف غير المعلن هو الدعوة إلى إله واحد اسمه "الله"، أما الهدف المعلن هو طلب المقارنة بين الأرباب المتصارعة وبين ذلك الإله الواحد القهار.

4 - الفضاء الذهني:

هو الفراغ الذي في الذهن البشري الذي تُبنى فيه التصورات حول الأشياء نتيجة للمعلومات والخبرات عنها المخزنة في الذهن. وفي هذه العبارة: ﴿يَا صَاحِبِي السَّجْنِ أَرْبَابٌ مُتَفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمْ اللَّهُ الْوَاحِدُ

الْقَهَّارُ﴾ [يوسف: 39]، لقد اتجه يوسف عليه السلام في إشهاره عن ربه

إلى جهة معينة فرضت عليه اختيار صفتين فقط من صفات الله تعالى، هما (الواحد القهار) دون سائر صفاته سبحانه، سعى من خلالهما إلى بناء فضاء ذهني جديد لدى هؤلاء السجناء راعى فيه الفضاء الذهني الأصلي لهما الذي لا يعرف في مخزونه سوى صورة الرب القاهر الظالم، والضعف الإنساني والاستعباد والذل الذي يعيشان فيه، لقد اخترق هذا الفضاء الذهني القديم ليبنى فضاءً ذهنيًا جديدًا بدلالات جديدة، لم يرها من قبل أحد منهما لا في منامهما ولا أمانيهما، صورة الرب المخلص الناصر القاهر لأعدائهم، وهذا الرب لا بد أن يكون متصفاً بصفتين أساسيتين، هما: الوجدانية والقهر، لقد جربا من خلال خبراتهما السابقة تعدد الأرباب وصراعهم الذي لا يدفع ثمنه سوى السجناء الضعفاء، ولهذا كان الأفضل لهما ربا واحداً، كذا الصفة الثانية لهذا الرب بعد الوجدانية هي القوة القاهرة، فيحدث إعادة بناء دلالي لمعنى القهر في فضائهما الذهني التي كانت تعنى الظلم، والسطوة عليهما لتحمل دلالة جديدة، هي القوة والحماية لهما التي تنتجيهما من أعدائهما. لقد اتسعت دلالة الكلمة للمعنى الجديد نتيجة لاتساع الفضاء الذهني لهما بهذا الوصف للرب الجديد (الواحد القهار)، إنه لم يعد إشهاراً عن رب جديد، ولكنه بناء لتصور جديد لمعنى الرب في الفضاء الذهني لهما، و يمكن إدراك قيمة هذا التحول من خلال المقارنة بين الفضاءين في الشكل الآتي :

الفضاء الأول: أرباب متصارعون + سجناء ضعفاء + حياة ظلم وقهر << فضاء قهر وحزن .

الفضاء الثاني: رب + واحد + قهار << فضاء يشملهما بالأمن والحماية والقوة .
صُنِعَ هذا الفضاء الجديد من خلال التوسع والتحول في دلالة كلمة "قَهَّار": بمعنى محطم. فاتك للشخص << (قَهَّار) محطم. فاتك لأعداء الشخص .

قيمة هذا الفضاء في الإقناع بإله اسمه (الله): يبدو ذلك في أنه صور مدى الحاجة إلى هذا المنتج المعروف عليهما، فوجدنا في هذا الفضاء الذهني وملايساته أداة للإقناع بالرب: الله الواحد القهار، الذي سيسألون عن اسمه؛ فبادرهم هو بذكر اسمه: الله، وصفاته: الواحد القهار .

آليات الإقناع في الإشهار:

تبدو آلية الإقناع في إخفاء الهدف من الإشهار، فهو لم يعلن أنه يدعوهما إلى عبادة إله واحد قهار (وهو الهدف من الإشهار)، بل إنه خلق لديهما الحاجة إلى هذا الإله (إله يضمن لهما الأمن والحماية) أولاً عن طريق إقناعهما بأنه وحده القادر على أن يحقق لهما ذلك، فينطلق السؤال غير المنطوق منهما عن هذا الذي يحقق لهما ذلك، وهو: من هذا الرب؟ ويبدو هذا السؤال غير المنطوق في إنصاتها التام للقادم من كلام يوسف بعد قليل من صفات هذا الإله، وعدم مقاطعته فيما سيذكره من صفات الله تعالى .

ثالثاً : النظريات الحديثة:

(أ) النظرية العرفانية: ﴿يَا صَاحِبِي السَّجْنِ أَرَبَابٌ مُتَفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمْ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ﴾ [يوسف: 39] .

العرفانية: هي دراسة عمل العقل في إدراك وفهم ما حولنا من أشياء، وكيف تتفاعل معها، فنستخدم هذه النظرية في بيان العملية العقلية التي تصاحب فهم المعنى الإشهاري الذي في الآية . إن الشيء الذي تعلن عنه العبارة هو إله واحد أحد اسمه الله، سعت العبارة بكل وحداتها اللغوية في بناء تصور عنه في ذهن المتلقي (صاحبي السجن) عن طريق عملية إسقاط لخصائص هذا الإله الواحد القهار في مقابل أرباب متصارعين .

الفضاء الذهني للمتلقي به صورة للأرباب المتصارعة، يحاول توظيفها في بناء صورة جديدة لإله جديد هو الله الواحد القهار، فيقوم بعملية إسقاط للمعارف المتعلقة بهذا الرب المعروف سلفاً، والمخزنة في البنية التصويرية للمتلقي (المعارف المتعلقة بالمجال المصدر) على المعارف المتعلقة بالمجال الهدف (الإله الجديد الله بصفاته: الوجدانية. القوة. القهر) فتُبني في البنية التصويرية للمتلقي صورة لهذا الإله، فتبدو في ذهن صورة هذا الإله الجديد الذي اسمه (الله) بالصفات التي تم إسقاطها في ذهن عليه ليست صفات الرب الذي يعرفونه، بل بصفات إله (واحد قهار) فهناك فرق بين الرب وبين الإله، فالأول يتعدد ويتجسد ويتصارع ويهزم ويُهزم، أما الثاني فواحد لا يُفهر، بل هو قهار .

ويمكن تصور ذلك من خلال هذا الشكل:

(في الفضاء الذهني الأصلي. مجال المصدر. أرباب متصارعة) عملية إسقاط للمعارف المتعلقة بهؤلاء الأرباب << (على الفضاء الذهني الجديد. مجال الهدف. إله جديد يحمل معارف جديدة: واحد قهار) بناء صورة جديدة في البنية التصورية للمتلقي عن هذا الإله الواحد القهار الذي اسمه الله سبحانه .

أراد يوسف عليه السلام أن يعلن عن ربه لصاحبيه بالسجن، فاستعار - كما قلت آنفا - صورة مادية ملموسة راعى فيها البيئة (المجتمع) والوسط الذي يتكلم فيه (بين هؤلاء السجناء) صورة الرب، وهو هنا السجنان ليعلن عن شيء غيبي لا يُرى بالعين؛ ولكن يدرك بالعقل، فهو غائب عن أعيننا، لكنه في البنية التصورية لنا له صورة تصور عظمته سبحانه، فالإشهار هنا يقوم علي استعارة مفهومية أساسها بناء صورة عن الله، من خلال عملية الإسقاط السابقة، فتبدو صورة الإله الواحد القهار في الذهن، ونفتنع بها .

(ب) النظرية المزج المفهومي:

المزج ملكة عرفانية بمعنى أنها جملة من عمليات طبيعية يقوم عليها اشتغال الذهن بصورة عفوية طبيعية آلية... وقوام هذه الشبكة عدد من العناصر هي الأفضية الذهنية، وعملية الإسقاط ما بين الأفضية وعمليات المزج والإسقاط الانتقائي والتركيب والإكمال والبلورة، أما الأفضية أربعة وهي: دخلان (أ) و(ب)، وفضاء جامع وفضاء مزج.

وفي ضوء هذه النظرية يمكن تحليل هذا الإشهار كالاتي :

1. الأفضية الأربعة:

فضاء الدخلان (أ) الدخل الأول: أرباب متصارعة .

(ب) الدخل الثاني: إله واحد قهار .

يتطابق الدخلان، فكل منهما رب له السيادة والسيطرة وصفة الربوبية لكنه ليس تطابقا تاما، لأن الرب صاحب الدخل الأول في صراع مع غيره من الأرباب، أما الرب صاحب الدخل الثاني فهو واحد قهار لا يصارعه أحد .

الفضاء الجامع: ويجتمع الدخلان في الفضاء الجامع (أ) و(ب) .
الفضاء المزيج: وفيه يتم التوليف بين مكونات الفضاءين الداخلين، فتنشأ عن طريق الاستدلال معان جديدة؛ ما من أثر لها في الفضاءين الداخلين، وهنا تنشأ الحاجة إلى رب بصفات جديدة (قاهر واحد) هو إله

يوسف الذي له وحده هذه الصفات التي لم تذكر في الحوار مثل: القوة والعظمة وغيرها.

ويقوم المزج على عدة عمليات هي:

أ- التركيب: وتحدث بإسقاط مضامين كل من الفضاءين الداخلين رأساً في فضاء المزيج، فالدخل الأول يسقط لنا صورة الأرباب في حالة صراع، والدخل الثاني يُسقط لنا صورة رب واحد قهار، تُسقط عملية التركيب هذه الصورتين رأساً في فضاء المزيج فتنشأ علاقات جديدة، لم تكن موجودة في كلا الفضاءين وهما منفصلان فالفضاء المزيج يقوم بتركيب المعاني الجديدة منهما.

فلو نظرنا إلى فضاء الدخل الأول منفصلاً لرأينا أرباباً متصارعين، وقد أدى هذا الصراع إلى هزيمتهم الواحد تلو الآخر؛ فلا يبقى منهم أحد وبجوارهم أناسا ضعفاء سجناء، هذا مجموع ما يصوره ويمثله الدخل الأول.

أما فضاء الدخل الثاني فيه إله واحد قهار، فكما صارعه أحد قهره، وهذا لا يمثل صورة الله سبحانه وتعالى العزيز القهار، لكن هذا لتقريب الأمر لعقول هؤلاء السجناء، الذين لا يعرفون في حياتهم سوى السجن الذي يقهرهم.

فينشأ من هذا التركيب في أذهانهم صورة جديدة للرب، لم تذكر في النص الذي معنا، وهي صورة الرب المسيطر سيطرة كاملة على ملكه والحامي لكل من في مملكته، وهذا المعنى يفهم من النص ولم يذكر فيه صراحة، وهما صفتا (السيطرة والحماية)، وهذا كل ما يتمناه السجناء

ب - الإكمال: تقوم عملية الإكمال بإكساء المعاني أو التصورات الجديدة الناشئة جملة من الأبعاد، فالإكمال يقوم بإعطاء المعاني الجديدة جملة من الحدود والأبعاد لتتصور هذه المعاني، فكيف يكون الرب ربا؟ نفهم ذلك من الحدود والأبعاد التي تعطي لهذا المعنى مستمدة من المعارف العامة والمشاركة والتجربة الجماعية التي في الذاكرة البشرية عن الرب، فالإكمال هو إنشاء لمعان جديدة لا يحملها منطوق الفضاء المزيج.

ج - عملية البلورة: وهي تطوير للمزيج من حيث تصوره وتخيله بتوسيع مداه وتفصيله وأبعاده، وتحميله دلالات مخصوصة رمزية كانت أو غير رمزية، إن هذا يحدث في الصورة الناتجة عن مراحل المزيج السابقة، وهو إعطاء صورة لذلك الرب المقصود في هذا

الإشهار يحقق لهم الحماية؛ بالسيطرة على كل من يصارعهم أو يعتدي عليهم.

إن هذه العبارة الإشهارية التي أعلن فيها يوسف عن ربه ضربت على وتر الحاجة الدفينة في داخل السجناء، وهي الحاجة إلى الحماية والأمن، فجعلهم هذا الأمر في شوق لمعرفة كل شيء عن هذا الرب، فانطلق يوسف مستغلا هذه اللحظة، وتلك الحاجة؛ ليصفه لهم في حديث مطول في الآية التالية التي جمعت جُل صفات الله تبارك وتعالى، فقال لهما:

﴿مَا تَعْبُدُونَ مِنْ دُونِهِ إِلَّا أَسْمَاءَ سَمَّيْتُمُوهَا أَنْتُمْ وَآبَاؤُكُمْ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ بِهَا مِنْ سُلْطَانٍ إِنْ الْحُكْمُ إِلَّا لِلَّهِ أَمَرَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ [يوسف: 40] .

ج (النظرية التداولية:

﴿يَا صَاحِبِي السِّجْنِ أَرْبَابٌ مُتَفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمْ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ﴾

[يوسف: 39] .

التداولية: هي دراسة استخدام اللغة بين الناس وتوظيفها في أغراض شتى، ويقوم البحث التداولي على دراسة: الإشارة. الافتراض السابق. الاستلزام الحواري. الأفعال الكلامية. *الإشارة: تبدو في: الإشارة الشخصية: الضمائر: ياء المتكلم، الإشارة المكانية: المكان هنا هو السجن، الإشارة الاجتماعية: علاقة الألفة والمودة في " صاحبي " .

***الافتراض السابق:** وجوده معهما في السجن منذ زمن لقوله صاحبي السجن، أنه نبي الله من قبل؛ لهذا يؤخذ كلامه على أنه دعوة لله .

* **الاستلزام الحواري:** ما يبدو من سؤال يوسف غير ما يقصده، فهو لا يسأل أيهما خير: أرباب أم الله؟ لكنه يريد أن يقرر أن الله الواحد القهار هو المستحق بالعبادة وحده، هذا ما يقصده ويستلزمه الحوار، وقاله المفسرون: إنه استفهام استنكاري فهو يقصد استنكار ورفض التساوي بينهم، وليس السؤال عن أيهما خير كما يبدو من لفظ السؤال.

* **الأفعال الكلامية:** هذه العبارة يمكن أن نضعها ضمن :

أفعال الطلبيات: ويدخل في هذا القسم الاستفهام، لأن الاستفهام كما قالوا استخبار، والاستخبار طلب من المخاطب أن يخبرك عن شيء تريد معرفة خبره، وله دليل لفظي يدل عليه، ويتمثل في حرفي الاستفهام: هل والهمزة، وتشمل الأفعال الكلامية الدالة على الاستفهام السؤال.

والغرض الإنجازي من الطلبيات هو التأثير في المتكلم ليفعل شيئاً أو يخبر عن شيء، وهذا ما نجده في هذه العبارة من :
1- النداء: تبدو قوة الفعل الكلامي الإنجازي هنا في النداء عليهما بصاحبي ليقربهما إلى نفسه، وليشعرا بالمودة والحب لهما في كلامه فيصدقانه .

2- الاستفهام: قوة الفعل الإنجازي في السؤال تبدو في إثارتها للحوار معه.

وهو استفهام استنكاري كما ذكر المفسرون، وهنا تبدو قوة الفعل الكلامي الإنجازي في جعل المستمع يفكر في اتجاه غير منطوق السؤال لوجود إجابة مسبقة في ذهن المتكلم (السائل) والمستمع، الإجابة: لا الأرباب ليسوا خيراً .

وقفة تأملية لغوية ونفسية مع عبارة (الله الواحد القهار):
لقد جاء هذا الإشهار بهذه الصورة في تلك العبارة العظيمة؛ لتشير إلى مَلِكِ الْمَلِكِ وَالْمَلَكُوتِ؛ مكونة من: الله + الواحد + القهار .
تكررت هذه العبارة بهذه الصورة في ستة مواضع من القرآن الكريم لتعلن عن صفتين من صفات الله، لا توجدان في أحد ممن ادعى الألوهية، ولم يستطع أحدٌ منهم أن ينسبهما لنفسه + اسم الإله الأعظم (الله) .

أولاً: (الله): اسمه الأعظم الذي لم يطلق على أحد سواه ﴿رَبُّ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا فَاعْبُدْهُ وَاصْطَبِرْ لِعِبَادَتِهِ هَلْ تَعْلَمُ لَهُ سَمِيًّا﴾ [مریم: 65]، لقد صرح به سبحانه في موضع التعريف بنفسه والإشهار عنها، فعندما أراد أن يعرف موسى عليه السلام بنفسه، قال تعالى: ﴿إِنِّي أَنَا اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا أَنَا فَاعْبُدْنِي وَأَقِمِ الصَّلَاةَ لِذِكْرِي﴾ [طه: 14]. لقد كانت هذه اللفظة أفضل الألفاظ وأعظمها، وأدقها في العبير عن نفسه في بناء صوتي ودلالي رائع، كما يبدو بعبارة التوحيد: (لا إله إلا الله) .

أ - التحليل الصوتي لعبارة التوحيد:

فلو قلنا: ما عدد الأصوات الأساسية التي تكوّن هذه العبارة ؟
لقلنا: إنها تتكون من أصوات صامتة: اللام والهاء والهمزة (ثلاثة أصوات)، وأصوات صائتة: الفتحة والكسرة. فيكون مجموعهم: خمسة أصوات .

1- الهمزة: صوت حنجري شديد مهموس مرقق، ينطق بإغلاق الأوتار الصوتية إغلاقاً تاماً يمنع مرور الهواء فيحتبس خلفهما ثم تفتح فجأة فينطلق الهواء متفجراً، فهي صوت: حنجري. انحباسي. انفجاري .

2- الهاء: صوت حنجري رخو مهموس مرقق، ينطق بأن يحتك الهواء الخارج من الرئتين بمنطقة الأوتار الصوتية دون حدوث ذبذبة لهذه الأوتار ويرتفع الطبق ليسد المجرى الأنفي مع وجود حفيف .

3- اللام: صوت لثوي جانبي مجهور ينطق بأن يتصل طرف اللسان بالثنية، يرتفع الطبق فيسد المجرى الأنفي عن طريق اتصاله بالجدار الخلفي للحلق مع حدوث ذبذبة في الأوتار الصوتية .

4- الأصوات الصائتة: (الفتحة - الضمة - الكسرة): أصوات يحدث في النطق بها أن يندفع الهواء في مجرى مستمر خلال الفم والحلق والأنف دون عائق يعترض مجرى الهواء ليحدث احتكاكاً، وهي أصوات مجهورة كلها يهتز معها الوتران. ويتحدد نوع الحركة بحركة مقدمة اللسان نحو سقف الحنك، أو حركة مؤخره اللسان نحو السقف. فإن كان اللسان مستويا في قاع الفم مع انحراف قليل في أقصاه نحو أقصى الحنك كانت الفتحة. فإذا تركت مقدمة اللسان تصعد نحو الحنك الأعلى، بحيث يكون الفراغ بينهما كافياً لمرور الهواء بدون احتكاك، أو حفيف والأوتار تهتز كانت الكسرة .

نقاط الاتفاق بين هذه المجموعة الصوتية المكونة لعبارة التوحيد:

1 - كلها أصوات يحدث عند النطق بها اندفع للهواء في انسياب .

2- أغلبها أصوات مجهورة تهتز معها الأوتار الصوتية .

نقاط الاختلاف بينها:

1- بها صوت انحباسي واحد هو الهمزة ، وله دور في عملية دفع

الهواء للخارج كما سنرى .

آلية عملية النطق بالعبارة: يمكن تصور آلية عمل الجهاز الصوتي في النطق بهذه العبارة؛ إذا قمنا بتقسيمها إلى مقاطع صوتية لتوضيح

قوة مراكز الطاقة الصوتية فيها، التي تدفع الهواء للخارج وتزود الرئتين بالهواء، وهي :
مقاطع العبارة: لا إله إلا الله << لا / إ / لآه / إل / ل / لل / له .
لا: مقطع من النوع الثاني، منتهي بحركة طويلة مشبعة، يمتد النفس معها.

إ : مقطع من النوع الأول، منتهي بحركة قصيرة ليتصل النطق بما بعده، مبتدأ بصامت (الهمزة) + صائت قصير (الكسرة) وهذا المقطع مركز الطاقة الدافعة للهواء، ونقطة إمداد الرئتين بالهواء، فتتزود بالقوة الدافعة لتتطرق باقي الأصوات التالية، فالمقطع قصير والطاقة الهوائية الدافعة القادمة منه كبيرة .

لاه : مقطع من النوع الثالث، بدأ بصامت (اللام) سائل مائع انسيابي تليه حركة طويلة مشبعة تمد الصوت الصائت بنفس طويل (الفتحة الطويلة) ومنتهي بالهاء التي يمتد معها الهواء من الجوف (الحنجرة) بانسياب وبلا عائق فهي صوت رخو مهموس، فلا تحدث معهذبذبة في الأوتار الصوتية .

إل: مقطع من النوع الثالث، يبدأ بصامت مكسور (الهمزة)، وهي المركز الثاني للطاقة الدافعة للهواء، وإمداد الرئتين بالهواء، فتتزود بالقوة الدافعة للمرة الثانية، منتهي باللام المائعة التي يمتد الهواء الخارج معها في نفس طويل ممتد في انسيابية تامة .

ل: مقطع من النوع الأول يبدأ باللام المائعة ثم حركة قصيرة (فتحة) .

لل: مقطع من النوع الثالث، يبدأ باللام تليها فتحة قصيرة تليها الهاء .
مرة أخرى .

له: مقطع من النوع الثالث، يبدأ باللام ثم فتحة قصيرة تليها الهاء .
تكرار بعض الأصوات في العبارة:

اللام: تكررت سبع مرات بكل المقاطع عدا مقطع واحد بالوسط، ومرتين في مقطع، وكان العبارة لا يوجد بها سوى صوت اللام الانسيابي السائل المائع .

الهاء: تكررت في العبارة مرتين في وسط العبارة وآخرها .

الهمزة: تكررت مرتين بوسط العبارة لتزودها بالهواء والطاقة الدافعة له .

الفتحة: تكررت خمس مرات، مرتان بحركة طويلة وثلاث مرات بحركة قصيرة، مما يوضح أن العبارة يسيطر عليها صوت صائت واسع يمتد معه الهواء منسابا .

الكسرة: تكررت مرتين مع الهمزة .

العلاقة بين هذا التحليل الصوتي والدلالة المعنوية والنفسية

للعبارة:

أصوات هذه العبارة - كما رأينا - انسيابية بينها انسجام صوتي ناتج عن هذه الانسيابية التي تؤدي إلى خروج الهواء ممتدا في نفس طويل، تخرج معه زفرات النفس وضيقها؛ مما يجعل الناطق بهذه العبارة يشعر براحة نفسية لا يعرف سببها، إنه الهواء المناسب معها من كل أصواتها من أولها لآخرها فمن كان في ضيق فليقل: لا إله إلا الله، تسكن بها نفسه وتشعر براحة؛ كأن العبارة تحمل من داخل صدره أطنان الضيق والضجر التي تخيم عليه تكاد تقتله فتخرج مع هذا النفس الممتد عبر أصواتها المختلفة الانسيابية؛ تلك الزفرات والأهات والهم والغم، فكم يرتاح قائلها ! وكم يرتاح من يكررها ! ولا عجب لهذا فاسم الله الأعظم بها يتوجهها، ويلبسها لباس الهدى والرحمة، فطوبى لمن قالها مطمئنة بها نفسه، ويا سعد من ناداه بها موقنا بها قلبه ! ويا فرحة من يكررها بليله و نهاره، لا يسأم منها لسانه ! فهي أهم وأعظم وحدات العبارة. فيا قومي قولوا: لا إله إلا الله تهتدوا وتفرحوا وتسعدوا وتؤجروا. **لهذا تحقق هذه العبارة عدة أشياء لقائلها:**

1- النطق بعبارة التوحيد والشهادة لله بالوحدانية .

2- الراحة النفسية من الضيق بإخراج نفس ممتد، تخرج معه

زفرات النفس .

3- أجر ذكر الله بنطق عبارة التوحيد وتكرارها، فهي خير ما قاله

النبيون .

ثانيا : الواحد:

الوحدانية في الإله ضرورة تفرضها مصلحة العابد قبل المعبود، لماذا ؟ حتى لا يقع في صراع بين الآلهة المتعددة، فلو كان فيهما آلهة إلا الله لفسدتا، فصلاح أمر السماء والأرض أت من الوحدانية، ولولا الوحدانية لذهب كل إله بما خلق، ولعلا بعضهم على بعض وظلوا في صراع طويل، فالوحدانية شرط الألوهية الحقة؛ بأنه هو الله الواحد فيذكرها مُقرنا إياها باسمه الأعظم .

ثالثاً: القهار:

هذه الوجدانية في الإله تحتاج إلى قوة تحميها وتقهر من يعاديتها لتثبت سيطرت الإله على ملكه، وبمقدار اتساع ملكه تكون قوته القاهرة، فمُلك الله سبحانه وتعالى أكبر من أن تستوعبه عقولنا البسيطة، كذا قوته القاهرة فهو القاهر فوق عباده، ومن في الكون كلهم عباده فهو الواحد القهار، وهو قمة الإعلان والإشهار عن الله سبحانه وتعالى .

مواضع هذه العبارة في القرآن الكريم:

1- قال تعالى: ﴿أَرْبَابٌ مُتَفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمْ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ﴾

[يوسف: 39].

2- قال تعالى: ﴿قُلْ اللَّهُ خَالِقُ كُلِّ شَيْءٍ وَهُوَ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ﴾

[الرعد: 16].

3- قال تعالى: ﴿وَبَرَزُوا لِلَّهِ الْوَاحِدِ الْقَهَّارِ﴾ [إبراهيم: 48].

4- قال تعالى: ﴿قُلْ إِنَّمَا أَنَا مُنذِرٌ وَمَا مِن إِلَهٍ إِلَّا اللَّهُ الْوَاحِدُ

الْقَهَّارُ﴾ [ص: 65].

5- قال تعالى: ﴿سُبْحَانَهُ هُوَ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ﴾ [الزمر: 4].

6- قال تعالى: ﴿لَمَنَ الْمُلْكُ الْيَوْمَ لِلَّهِ الْوَاحِدِ الْقَهَّارِ﴾ [غافر: 16].

رأي جديد في النظر لهذه العبارة :

ذهبتُ إلى فراشي فلم أنم، وجاءتني هذه العبارة: (الله الواحد القهار) فبدت لي في صورة أخرى، هي أن انظر إليها من آخرها لا من أولها فهي: اسم الإله (الله) >> صفة الوجدانية >> صفة القهار، فرأيت الصفة الثانية ملازمة للأولى ودالة عليها؛ فكان من دلائل الوجدانية القهر، فالواحد الأحد لا بد أن يكون قاهراً لمن عاداه، أو حاول مشاركته في الوجدانية، وإلا ما كان واحداً فمن تكون له هاتان الصفتان القهر والوجدانية؟! فنعود في عجلة إلى أول العبارة لنبحث عنه فنجد أن الإجابة موجودة هناك وقد ردت علينا قائلة: بأنه الله، وهو اسم هذا الإله الموصوف بأنه الواحد القهار، فنقول: إن الواحد القهار هو الله، الذي ينادي يوم القيامة قائلاً: لمن المُلْكُ اليوم؟ فلا يجبه أحد ممن ادّعى مشاركته في المُلْكُ أو الوجدانية، فيجيب هو علي نفسه قائلاً معلناً ومشهراً عن نفسه: لله الواحد القهار. لقد أكد الإشهار في إعلان

الله سبحانه وتعالى عن الذات الإلهية في هذا اليوم بإثبات المُلك لصاحبه، وتأكيد على أن الوجدانية له وحده سبحانه وتعالى عما يشركون .

فمن سمع آخر كلمة في العبارة (القهار) فقط قبل أن يسمع العبارة من أولها، دفعه فضوله إلى السؤال عن صاحب هذه الصفة، وذلك بالبحث عنه في أول العبارة، ليجد أن القهار نتيجة لتحقيق الشرط الأول فيه وهو الوجدانية، ثم يعلم أن هاتين الصفتين لا توجدان إلا في إله اسمه الله، فمن كان اسمه الله لا بد أن يكون واحداً، ولا نعلم أحداً اسمه الله سواه وأن يكون قوياً قهاراً، ولا نجد قاهراً قهاراً سواه، سبحانه وتعالى على من سواه، فله المجد والكبرياء .

الإشهار الثاني الإشهار عن يوسف عليه السلام

ويشمل مجموعة من الأقسام تمثل مراحل حياته هي:
القسم الأول: في صباه (بيع يوسف مرتين لمالك بن ذعر - لعزير مصر)
القسم الثاني: في شبابه (الإشهار الصامت)
القسم الثالث: في رجولته (طلب وظيفة وزير زراعة)

إن المراحل المختلفة من عمر يوسف عليه السلام هي صور من الإشهار المتنوعة كان يوسف فيها:
سلعة تباع أو تشتري أو تكون للعرض فقط، أو تُطلب لوظيفة ما، أو تُعرض نفسها طلباً لوظيفة ما، لهذا كان عرض تلك الإشهارات في ضوء هذا التقسيم الشامل لكل مراحل عمره، ولكل نوع منها ما يستلزمه من استراتيجية خاصة به، وتلك ضرورة فرضها طبيعة

البحث من تحليل لكل إشهار منعزلا عن غيره بصورة توضح تميزه عما سواه واستقلاليته في آلياته وأدواته الإقناعية .
فبعض هذه الإشهارات قد يستلزم عدم وجود عبارة إشهارية نظرا لطبيعته الخاصة .

والبعض الآخر يستلزم حوارا بين البائع والمشتري وجدالا بينهما، وبعض الإشهار يفضل إخفاء غايته التجارية خلف معان إنسانية، تمثل قيمة إنسانية عالية يحترمها كل إنسان.
ولهذا كان علينا دراسة كل إشهار بصورة مستقلة كما سنرى .

القسم الأول: في صباه:

(البيع الأول ليوسف لمالك بن زعر) (سلعة يزهدا صاحبها):
قال تعالى: ﴿وَشَرَوْهُ بِثَمَنٍ بَخْسٍ دَرَاهِمَ مَعْدُودَةٍ وَكَانُوا فِيهِ مِنَ الزَّاهِدِينَ (20) وَقَالَ الَّذِي اشْتَرَاهُ مِنْ مِصْرَ لَامْرَأَتِهِ أَكْرِمِي مَثْوَاهُ عَسَىٰ أَنْ يَنْفَعَنَا أَوْ نَتَّخِذَهُ وَلَدًا﴾ (21) [يوسف] .

في هاتين الآيتين إشهاران:

الأول: إشهار عن سلعة يزهدا صاحبها .
الثاني: إشهار عن سلعة اشتراها رجل لزوجته .
و الغريب أن السلعة في الإشهارين واحدة، إنها يوسف عليه السلام، باعه إخوته وهم زاهدون فيه، واشتراه رجل لامرأته وهو سعيد متفائل يأمل منه المنفعة والخير، ويرجو أن يكون له ولدا .
هو إشهار لم تُذكر فيه عبارة إشهارية عن تلك السلعة التي تباع؛ لأسباب فرضتها طبيعة هذا الإشهار وملابساته، وستتضح في موضعها من البحث .

إنه ليس إشهارا بالمعنى المعروف، بل هو إخبار عن سلعة بيعت بثمن بخس ويمكن أن نضعه ضمن الإشهار من باب الإخبار عن عملية بيع تمت بباب السلع المرفوضة من البائع، ولهذا يعد لونا جديدا من الإشهار، حيث يعلن عنها بصورة تختلف عن غيره؛ فهو يريد بيعها للتخلص منها، ولا يريد بيعها للربح، ولهذا فإن هذا النوع من البيع يجب أن تكون له استراتيجية خاصة، حرص إخوة يوسف على القيام بها كما سنرى .

خطة (استراتيجية) البيع:

هذه السلعة ليس الغرض من بيعها الربح، لكن لكي يخلو لإخوة يوسف وجه أبيهم فالغرض من البيع التخلص من السلعة فقط، لهذا وضعوا خطة محكمة هي (كما ذكر المفسرون) ألقوه في الجب وحيدا فمكث فيه ثلاثة أيام وجلسوا حول البئر ينظرون ما يصنع وما يُصنع به حتى جاءت سيارة، فخرج مع دلوهم الذي ألقوه في البئر لجلب الماء ففرحوا به كسلعة بلا ثمن يدفع فيها ثم يبيعونها ويربحون، وهنا ظهر إخوة يوسف في لحظة فرحهم بوجداتهم ضالة بلا ثمن، ليقولوا هذا عبدنا أبق منا، فباعوهم هذا العبد بثمن بخس، فتبدو عملية التخلص منه طبيعية هادئة إنها عملية بيع قانونية (بائع + مشتر) .
وما كان لهم أن يبيعوه؛ إن لم يكن غرضهم التخلص منه فقط، وما كان ليقبل المشتري السلعة ويشترئها؛ إن لم تكن قد أعجبت هذه السلعة! وظن أن فيها الربح أو منفعة ما .
أولاً: مع المفسرين واللغويين:
1- تفسير ابن كثير:

قال تعالى مخبراً عما جرى ليوسف عليه السلام في الجب حين ألقاه إخوته وتركوه في ذلك الجب وحيداً فريداً، فمكث عليه السلام في البئر ثلاثة أيام، وقال محمد بن إسحاق: لما ألقاه إخوته في البئر جلسوا حول البئر يومهم ذلك ينظرون ماذا يصنع وما يُصنع به، فساق الله له سيارة فنزلوا قريباً من تلك البئر وأرسلوا واردهم، وهو الذي يتطلب لهم الماء فلما جاء ذلك البئر وأدلى دلوه فيها تشبث يوسف عليه السلام فيها فأخرجه واستبشر به وقال: (يا بشرى هذا غلام) أي: يا بشراي، وأسروه بضاعة (أي وأسره الواردون من بقية السيارة) وقالوا: اشتريناه من أصحاب الماء مخافة أن يشاركوهم فيه إذا علموا خبره، قاله مجاهد والسدي وابن جرير وهذا أحد الأقوال في الآية، وقال ابن عباس: أسروه بضاعة: يعني إخوة يوسف أسروا شأنه وكنتموا أن يكون أخاهم، وكنتم يوسف شأنه مخافة أن يقتله إخوته واختار البيهقي، فذكره إخوته لوارد القوم فنادى أصحابه: يا بشرى هذا غلام يباع فباعه إخوته، وقوله: وشروه بثمن بخس دراهم معدودة (يقول تعالى: وباعه إخوته بثمن قليل، قاله مجاهد وعكرمة، والبخس: هو النقص، (أي اعتاض عنه إخوته بثمن قليل، ومع ذلك كانوا فيه من الزاهدين، أي ليس لهم رغبة فيه بل لو سئلوه بلا شيء لأجابوا، والضمير في قوله وشروه عائداً على إخوة يوسف وهو رأي ابن عباس ومجاهد

والضحاك، وقال قتادة: بل هو عائد على السيارة؛ والأول أقوى لأن قوله: وكانوا فيه من الزاهدين إنما أراد إخوته لا أولئك السيارة لأن السيارة استبشروا به وأسروه بضاعة، ولو كانوا فيه زاهدين لما اشتروه، فترجح من هذا أن الضمير في شروه إنما هو لإخوته، وقوله (دراهم معدودة): عن ابن مسعود رضي الله عنه: باعوه بعشرين درهماً، وقال عكرمة: أربعون درهماً، وقال الضحاك في قوله: (وكانوا فيه من الزاهدين) ذلك أنهم لم يعلموا نبوته ومنزلته عند الله عز وجل (1)

2 - قال القرطبي:

معنى شروه، وسبب البيع، وثمان السلعة:

قوله تعالى (وشروه): يقال: شريت بمعنى اشتريت، وشريت بمعنى بعث لعة؛ قال الشاعر:

وَشَرَيْتُ بُرْدًا لِيَتْنِي مِنْ بَعْدِ بُرْدٍ كُنْتُ هَامَةً

أي بعثت، وقال آخر:

فَلَمَّا شَرَاهَا فَاضَتْ الْعَيْنُ عِبْرَةً وَفِي الصِّدْرِ حُزَانٌ مِنَ اللُّومِ حَامِزٌ

بثمن بخس: أي نقص؛ وهو هنا مصدر وضع موضع الاسم أي باعوه بثمن مبخوس أي منقوص. ولم يكن قصد إخوته ما يستفيدونه من ثمنه، إنما كان قصدهم ما يستفيدونه من خلو وجه أبيهم عنه. وقيل: إن يهوذا رأى من بعيد أن يوسف أخرج من الجب فأخبر إخوته فجاءوا وباعوه من الواردة. وقال قتادة: بخس ظلم،... وإنما الإشارة فيه إلى أنه لم يستوف ثمنه بالقيمة لأن إخوته إن كانوا باعوه فلم يكن قصدهم ما يستفيدونه من ثمنه، وإنما كان قصدهم ما يستفيدون من خلو وجه أبيهم عنه؛ وعن ابن عباس وابن مسعود باعوه بعشرين درهماً أخذ كل واحد من إخوته درهمين وكانوا عشرة؛... معدودة: نعت وهذا يدل على أن الأثمان كانت تجري عندهم عدا لا وزناً بوزن (2).

3- تفسير الرازي:

معنى شروه وقصة البيع:

قال تعالى: (وشروه بثمن بخس دراهم معدودة)، أما قوله: (وشروه) ففيه قولان: القول الأول: المراد من الشراء هو البيع، وعلى هذا التقدير ففي ذلك البائع قولان:

(1) تفسير القرآن العظيم: ج2، ص472.

(2) تفسير القرطبي: ج5، ص3384.

القول الأول: قال ابن عباس رضي الله عنهما: إن إخوة يوسف لما طرحوا يوسف في الجب ورجعوا عادوا بعد ثلاث يتعرفون خبره، فلما لم يروه في الجب ورأوا آثار السيارة طلبوهم فلما رأوا يوسف قالوا: هذا عبدنا أبق منا فقالوا لهم: فبيعوه منا فباعوه منهم، والمراد من قوله: (وشروه) أي باعوه، يقال: شريت الشيء إذا بعته، وإنما وجب حمل هذا الشراء على البيع .

مرجع الضمير في شروه:

الضمير في قوله (وشروه) وفي قوله: (وكانوا فيه من الزاهدين) عائد إلى شيء واحد لكن الضمير في قوله: (وكانوا فيه من الزاهدين) عائد إلى الإخوة فكذا في قوله: (وشروه) يجب أن يكون عائداً إلى الإخوة، وإذا كان كذلك فهم باعوه فوجب حمل هذا الشراء على البيع .

لماذا اشترت السيارة يوسف ؟

والقول الثاني: أن بائع يوسف هم الذين استخرجوه من البئر، وقال محمد بن إسحاق: ربك أعلم أخوته باعوه أم السيارة؟! وهنا قول آخر وهو أنه يحتمل أن يقال: المراد من الشراء نفس الشراء، والمعنى أن القوم اشتروه وكانوا فيه من الزاهدين لأنهم علموا بقرائن الحال أن إخوة يوسف كذابون في قولهم إنه عبدنا وربما عرفوا أيضاً أنه ولد يعقوب؛ فكرهوا شراءه خوفاً من الله تعالى، ومن ظهور تلك الواقعة، إلا أنهم مع ذلك اشتروه بالآخرة؛ لأنهم اشتروه بثمن قليل مع أنهم أظهروا من أنفسهم كونهم فيه من الزاهدين، وغرضهم أن يتوصلوا بذلك إلى تقليل الثمن، ويحتمل أيضاً أن يقال إن الأخوة لما قالوا: إنه عبدنا أبق صار المشتري عديم الرغبة فيه. قال مجاهد: وكانوا يقولون استوثقوا منه لنلا بأبق .

صفات الثمن:

ثم اعلم أنه تعالى وصف ذلك الثمن بصفات ثلاث: الصفة الأولى: كونه بخساً. قال ابن عباس: يريد حراماً لأن ثمن الحر حرام .

الصفة الثانية: قوله: (دراهم معدودة) قيل تعد عدا ولا توزن، لأنهم كانوا لا يزنون إلا إذا بلغ أوقية، وهي الأربعون ويعدون ما دونها فقليل للقليل معدود، لأن الكثيرة يمتنع من عدها لكثرتها .

الصفة الثالثة: قوله: (وكانوا فيه من الزاهدين) ومعنى الزهد قلة الرغبة وأصله القلة .

يقال: رجل زهيد إذا كان قليل الطمع، وفيه وجوه: أحدها: أن إخوة يوسف باعوه، لأنهم كانوا فيه من الزاهدين. والثاني: أن السيارة الذين باعوه كانوا فيه من الزاهدين؛ لأنهم التقطوه والملتقط للشيء متهاون به لا يبالي بأي شيء يبيعه أو لأنهم خافوا أن يظهر المستحق فينزعه من يدهم، فلا جرم باعوه بأوكس الأثمان، والثالث: أن الذين اشتروه كانوا فيه من الزاهدين. وقد سبق توجيه هذه الأقوال فيما تقدم، والضمير في قوله: (فيه) يحتمل أن يكون عائد إلى يوسف عليه السلام، ويحتمل أن يكون عائدا إلى الثمن البخس والله أعلم (1).

4-تفسير الألويسي:

مرجع الضمير في (وشروه): الضمير المرفوع إما للإخوة فشرى بمعنى باع، وإما للسيارة فهو بمعنى اشترى، وجوز أن يكون على هذا الوجه بمعنى باع بناء على أنهم باعوه لما التقطوه من بعضهم .

مرجع الضمير في (وكانوا فيه): أي في يوسف كما هو الظاهر (من الزاهدين) أي الراغبين عنه، والضمير في (وكانوا) إن كان للإخوة فظاهر وإن كان للرفقة وكانوا بائعين فزهدهم فيه لأنهم التقطوه والملتقط للشيء متهاون به لا يبالي بما باعه ولأنه يخاف أن يعرض له مستحق ينتزعه من يده فيبيعه من أول مساوم بأوكس الثمن وإن كان لهم وكانوا مبتاعين بأن اشتروه من بعضهم أو من الإخوة فزهدهم لأنهم اعتقدوا فيه أنه أبق فخافوا أن يخاطروا بما لهم فيه، وقيل: ضمير (فيه) للثمن وزهدهم فيه لرداءته أو لأن مقصودهم ليس إلا إبعاد يوسف عليه السلام وهذا ظاهر على تقدير أن يكون ضمير (كانوا) للإخوة، والجار على ما نقل عن ابن مالك متعلق بمحذوف يدل عليه الزاهدين أي كانوا زاهدين فيه من الزاهدين .

اسم من اشترى يوسف من إخوته، اسم خادم الملك الذي اشتراه منه:

وكان هذا التاجر فيما قيل: مالك بن زعر الذي أخرجه من الجب، وقيل: غيره. وروي أنه حين ورد به مصر باعه بعشرين ديناراً وزوجي نعل وثوبين أبيضين، وقيل: أدخل السوق للبيع فترافعوا في ثمنه حتى بلغ وزنه مسكا ووزنه ورقا ووزنه حريرا فاشتراه بذلك العزيز الذي كان على خزائن مصر عند ملكها، وقيل: كان خباز الملك

(1) التفسير الكبير: مجلد التاسع، ج18، ص 88.

وصاحب شرابه ودوا به صاحب السجن المشهور، والمعول عليه هو الأول، واسمه قطفير أو اطفير أو قنطورا، والأول مروى عن ابن عباس (1).

ما نستخلصه من أقوال المفسرين:

بعد أن رأينا بعض آراء المفسرين في هذه الآية؛ ننظر إليها بصورة أخرى كعملية بيع لشيء مبغض من بائعه هو البيع الأول ليوسف لمالك بن زعر، لقد باعوه إلى هذا الرجل وهم زاهدون لسلتهم، لهذا كان بناء هذا الإشهار على نحو خاص من الاستراتيجية التي نستخلصها من أقوال المفسرين :

1- ملاحظة لغوية: أ - صوتية:

نلاحظ في اختلاف الروايات في اسم (قطفير أو اطفير) إبدال القاف همزة، أرى أن هذه الرواية ربما ترجع إلى طبيعة اللغة المصرية التي تقلب القاف همزة، حيث اللغة القبطية المصرية ليس فيها صوت القاف، فأبدلت القاف همزة لهذا السبب، كما يحدث في العامية المصرية المعاصرة، فاسم الرجل بالعربية قطفير، والمصرية القبطية اطفير، وقنطورا، وقد سمعت هذا الاسم بطريقة رابعة أتقوار، قال الألوسي: الأول مروى عن ابن عباس. بما يعنى أن هذه هي الرواية العربية لهذا الاسم، أو قل: هذا هو النطق العربي لها (2).

ب - (دلالية):

أولا : المعنى المعجمي (اشترى):

معجم " ألفاظ القرآن الكريم ":

الشراء والاشتراء: التملك بالمبادلة والمعارضة: شرى يشرى شرى شراء ... وللعرب في شروا واشتروا مذهبان: الأكثر شروا بمعنى باعوا، واشتروا: ابتاعوا، وربما جعلوا بمعنى باعوا فالشراء والبيع متلازمان، وإنما ساغ أن يكون الشراء من الأضداد لأن المتبايعين تبايعا الثمن والمثمن، فكل من العوضين مبيع من جانب ومشتري من جانب (3).

(1) روح المعاني: المجلد السابع، ص280.
(2) انظر مجموع الألفاظ القبطية المتداولة باللهجة العربية العامية: أفلوديوس ي لبيب، مطبعة عين شمس بطريخانة الأقباط الأرثوذكس بمصر، بدون تاريخ، لا تجد فيها حرف القاف بل حرف الكاف

(3) معجم ألفاظ القرآن الكريم : مجمع اللغة العربية القاهرة، 1968م، مادة شرى، ج4، ص22، 23.

معجم " المفردات في غريب القرآن " :

الشراء والبيع يتلازمان فالمشتري دافع الثمن وأخذ المثلث، والبائع : دافع المثلث وأخذ الثمن هذا إذا كانت المبيعة والمشاركة بناض، وسلعة - أما إذا كانت بيع سلعة بسلعة، صح أن يتصور كل واحد منهما مشترياً وبائعاً. ومن هذا الوجه صار لفظ البيع والشراء يستعمل كل واحد منهما في موضع الآخر (1).

ثانياً: في كتب الأضداد:

في دلالة (شروه): وهي معنى باعوه، وقد ذكرتها كتب الأضداد، حيث ذكرت أن معناها: باع، لكن اختصت هذه الكلمة بنوع معين من البيع وهو بيع الحسرة والندم، فمن باع شيئاً وندم على بيعه قال: شَرَيْتُ، ومن اشْتَرَى الشراء المعتاد معنى الجلب (هو المعنى الأصلي للكلمة) قال: اشْتَرَيْتُ، لهذا قال عن إخوة يوسف (شروه) أي باعوه بيع الندم والحسرة التي ستكشف لهم بعد ذلك، فيقولون في حسرة وندم وأسف واعترا ف بالخطأ بعد أن ينعم الله على يوسف (قَالُوا يَا أَبَانَا اسْتَغْفِرْ لَنَا ذُنُوبَنَا إِنَّا كُنَّا خَاطِئِينَ) فكان اللفظ القرآني أدق في التعبير عن حالهم بعد البيع من الحسرة. ويظهر اختلاف المعنى من خلال هذا الشكل:

- * الصيغة الأولى (اشترى): بمعنى جلب لنفسه شيئاً ما .
- * الصيغة الثانية (شري): بمعنى باع + ندم علي بيعه .
- * وقد تتبادل الصيغتان موقعهما الدلالي؛ فتحل كل منهما محل الأخرى .

ويظهر هذا الاختلاف في كتب الأضداد:

قال أبو حاتم السجستاني: وقالوا: اشتريت الشيء، وأعطيت ثمنه، وقد يقال اشتريت الشيء إذا بعته، وقالوا شريت الشيء بعته واشتريته، وبعته أوضح الوجهين، وفي القرآن (الذين يشرون الحياة الدنيا بالآخرة) أي يبيعون (ومن يشري نفسه) يبيعه... ويكون البائع المشتري، والمشتري البائع والشاري المشتري والبائع (2).
قال ابن السكيت: " قال: شريت الشيء: بعته، وشريت الشيء: اشتريته، قال الله عز وجل: ﴿وَمِنَ النَّاسِ مَن يَشْرِي نَفْسَهُ﴾ [البقرة: 7]. أي يبيعه، قال الشماخ، وذكر رجلاً باع قوساً:

(1) المفردات في غريب القرآن: الراغب الأصبهاني، مكتبة الأنجلو المصرية، 1970م، ص 381.
(2) الأضداد: أبي حاتم، دار النهضة المصرية، القاهرة، 1991م، ص 180.

فلما شراها فاضت العينُ عبرةً ^{حَامِزٌ} وفي الصدرِ حَزَازٌ من اللومِ

أي شراها: باعها حزاز من الحزاز يجدها الرجل في نفسه، غيظ
وغم من لومه نفسه... وقال ابن مُفَرَّغٍ وقد باع غلاماً له فندم علي
بيعه:

وَشَرَيْتُ بُرْدًا لَيْتِي ^{مِنْ بَعْدِ بُرْدٍ كُنْتُ هَامَةً} (1)

2 - عناصر هذا الإشهار من كلام المفسرين:

- (1) السلعة: يوسف .
 - (2) البائع: إخوة يوسف (في أغلب الآراء).
 - (3) المشتري: مالك بن ذعر.
 - (4) الغرض من البيع: التخلص من يوسف.
 - (5) العبارة الإشهارية: لا توجد عبارة إشهارية يعلن فيها البائع عن سلعته لأن السلعة مسروقة؛ فبيع الحر بلا ذنب ممنوع، لأنه سرقة لحرية ولذا لا يعلن عنها، بل يبيع السلعة في خفية من صاحبها، فلو علم ذلك أبوهم ما تركهم يفعلون ذلك .
 - (6) استراتيجية البيع: ترك السلعة معروضة في السوق كأنها بلا صاحب، حتى يمر عليها المشتري فيصطدم بها، فإن أعجبتَه وأقبل عليها ظهر البائع ليساوم المشتري على السعر، ويكون متساهلاً معه ليتم الصفقة في عجلة.
- تتلخص استراتيجية بيع السلعة المكروهة أو المسروقة في النقاط الآتية :
- أولاً: عدم الإعلان عنها فلا يوجد إشهار لها؛ لأن ما سيقال كذب وسيفضح .
 - ثانياً: وضع السلعة في طريق المشتري ليصطدم بها؛ فيلتقي بها عفويًا .
 - ثالثاً: المتابعة الجيدة للسلعة عن كسب دون الظهور على مسرح الحدث .
 - رابعاً: القراءة الجيدة لرد فعل المشتري عند نظره للسلعة (قال يابشرى) .
 - خامساً: الاستفادة من عنصر الوهلة الأولى والإعجاب بالسلعة، فيظهر هو .

(1) كتاب الأضداد: ابن السكيت، مكتبة الثقافة الدينية، ص100-102، وانظر الأضداد لابن الأنباري، المكتبة العصرية، بيروت، 1987م، ص72-73، وانظر كتاب الأضداد: لأبي محمد التوزي، مؤسسة إيف للطباعة والتصوير، بيروت، لبنان، ط2، 1983م، ص40.

سادسا: الاستعداد للإجابة الفورية التلقائية علي المشتري وعدم الارتباك نحو الإجابات: هذا عبدنا / أبق منا / وهو يشبهنا في هيئة الحر؛ لأنه ربي معنا. يقبل المشتري هذه الإجابات، وإن لم يصدقها، لأنه أعجب بالسلعة، وبهرته.

سابعا: عدم الجدل في الثمن وسرعة البيع، حتى لا يعيد المشتري التفكير .

ثامنا: إظهار الحرص علي مصلحة المشتري وتحذيره (لا يسافر إلا مقيدا) .

تاسعا: سرعة تقسيم الثمن بالعدل وبلا صراع، فتكتشف الصفقة ويُفضحوا .

ثانيا : مع الدراسات اللغوية الحديثة:

1- الإشهار والتواصل:

الصورة بديلا للعبارة الإشهارية:

لم يستخدم هذا الإشهار اللغة كوسيلة للتواصل بين البائع والمشتري، إنما عمد إلي الصورة وجعلها وسيلة التواصل وتركها تتكلم، وتعبّر عن هذا المنتج المعروض للبيع، وقد كانت الصورة أبلغ من اللغة في التعبير عنه، والفرق واضحا بين اللغة والصورة، أي بين البعد اللساني بشقيه المكتوب والمنطوق ، والبعد البصري باعتباره حاملا للمضمّر الإيدولوجي، فكما يقول دبسعيد بنكراد: " الوصلة تتحقق أساسا من خلال فضاء منتقى بعناية فائقة، هو ما سيشكل مسرح الأحداث المقبلة التي تدور كلها حول المنتج، وتتميز هذه الروابط بالتعقيد والتركيب واللا استقرار، إنها الضابط للحدود الفاصلة بين المدرك كشيء متحقق وبين المتمثل كواجهات ممكنة الوجود في وجدان الذي يتلقى الصورة"⁽¹⁾.

ويدخل البعد البصري هنا متمثلا في أعمال البصر في إدراك الصورة الكائنة أمام مالك بن زعر الذي ورد البئر؛ فتقوم بدور أكبر من دور اللغة في عملية التمثيل، لأن الشيء المتخيل (يوسف) أصبح الآن أمام العين، وهنا تصمت كل كلمات اللغة لتتطق الصورة بكلام تعجز عنه الكلمات، فإذا كان للكلمات سحر فسحر الصورة يفوق سحر الكلمات التي تصف فقط وتفوق التمثيل العقلي، وما ينشأ عن الكلمات في البنية التصورية للمتلقي من صور متخيلة؛ فالصورة المكونة

(1) استراتيجيات التواصل الإشهاري: 168.

بالبصر متمثلة الآن أمام العين، قد فاقت ما يمكن أن يتخيله أي إنسان يلقي دلوه فيخرج له الماء، فإذا به أمام عبد قادم إليه من قعر البئر الذي في وسط الصحراء بطريق مهجور نادرا ما يسلكه أحد؛ وهنا تدخل الصورة بآلياتها الإقناعية القاهرة على ذهن المتلقي؛ فتدمر كل تصور سابق فيه لتبنى صورة جديدة حقيقية واقعية ملموسة صورة يوسف تُرى بالعين لا تتصور بالعقل فتسحرهم بجمال صاحبه عليه السلام . يمكن تلمس عمل الصورة المتمثلة أمام العين (صورة يوسف) في عقل مالك بن زعر قبل الكلمات، بدون النطق بأي كلمة في هذه النقاط الآتية وهي :

1- الظهور المفاجئ لإنسان قادم في الدلو من قعر بئر مهجورة، حيث يتوقع الوارد إلى البئر أن يخرج في الدلو بعض الماء، فكانت المفاجأة وهي ظهور إنسان متعلقا بالدلو مما جعله يصرخ في صيحة انفعالية، لم يستطع قط أن يكتمها: (يا بشرى هذا غلام) نتيجة لعنصر المفاجأة وشدة جمال من خرج من البئر، فلم يصرخ بصيحة فزع أو خوف أو حسرة بل بالبشرى لفرحته .

2- صورة هذا العبد التي يكسوها التعب والإعياء والحزن وآثار البقاء في قعر البئر ثلاثة أيام، لم تخدع الناظر الحصيف صاحب الفراسة العالم بأحوال الناس؛ ولم تمنعه أن يقول: ليس هذا عبدا، ليست تلك سمة العبيد، لقد سبقته الصيحة الانفعالية لتقول هذا قبل الكلمات، قد كانت أسئلة مالك بن زعر وكلماته السابقة رد فعل لقولهم له: هذا عبدنا أبق، وردوا عليها قائلين: إنه رُبِّي في حجورنا وتخلق بأخلاقنا وتأدب بأدبنا، فقال: ما تقول يا غلام؟ قال: صدقوا (خوفا منهم) تربيت في حجورهم وتخلقت بأخلاقهم، فقال مالك: إن بعتموه مني اشتريته منكم فباعوه منه (1) قبل مالك كلامهم على الرغم من كذبهم؛ لأنه علم بفراسته ما لم يعلموا، وقراء ما كتب على وجه يوسف، ما لم تقله الكلمات .

3- يظل للصورة سحرها الخاص في نفس مالك الذي ظهر في الصيحتين السابقتين؛ معلنا نجاح الصورة في الإقناع بالمنتج أكثر من الكلمات فنتج عن ذلك إتمام الصفقة، فكانت عبارة مالك لهم أكبر إشهار عن المنتج وهي: (إن بعتموه مني اشتريته منكم) أي طلب

(1) تفسير القرطبي: ج5، ص3383.

المشتري شراء السلعة التي لم يُعلن أصحابها عن بيعها، وهو قمة النجاح في البيع بطلب المشتري السلعة.

وربما لم يكن في ذهن إخوة يوسف بيعه، ولكن عرض مالك بن زعر عليهم بطلب الشراء جعلهم يفكرون في بيعه، إنه إشهار صامت، كانت السلعة أكبر مشهر عنها أي إنها هي التي تعلن عن نفسها كما يقول الباعة المتجولون في النداء على سلعهم: الحلو بالعين يا حلاوة، أي إن الشيء الحلو يعرف بالعين، فجمال السلعة يعرفه المشتري البارح بالنظر إليها فقط، وهذا ما حدث في أمر يوسف، فقد عرفه مالك بالنظر إليه فقط؛ وهو ما قلته عنه أنفا من سحر الصورة الذي دفع مالك لطلب شراء السلعة.

2- الهدف غير المعلن عند البائع والمشتري:

إننا أمام هدفين لم يُعلن عنهما، فكل من البائع والمشتري لديه غاية من إتمام هذه الصفقة، لكن لم يعلن أحد منهما للآخر عن غايته. فالبائع (إخوة يوسف) لديهم غاية؛ هي التخلص منه بأن يسافر إلى مكان بعيد ولو بلا ثمن. والمشتري مالك بن زعر لديه رغبة من وراء إتمام الصفقة هي الربح وقد عاين السلعة وفحصها بعين التاجر الذي يسعى من وراء تجارته للربح، وقد رآها سلعة جيدة لذا طلب شراءها على الرغم من أنها غير معروضة للبيع، فهو تاجر ويقصد الربح وهؤلاء التجار يفكرون ألف مرة قبل الإقدام على شراء سلعة ما، فإذا فعل فهذا يعني أنه فحصها جيدا ووصل إلى نتيجة هي أن هذه السلعة ستربحه كثيرا، وكلا الهدفين كانا عنصرا أساسيا في نجاح الصفقة، فالبائع لا يفكر في مقدار ما سيدفع في السلعة لأنه يكرهها ويريد الخلاص منها، والمشتري حريص على شراء السلعة؛ لذا حرص المشتري على كتابة أي تدوين ذلك في صحيفة حتى لا يرجع البائع في بيعه (كما يقول المفسرون) ضمانا لحقه و رغبة في تأكيد البيع وعدم التراجع فيه .

3 - الجانب النفسي في الإشهار:

ظهر الأثر النفسي في هذا الإشهار في تأثير البائع على المشتري في الآتي:

أ - الدعوة غير المباشرة للشراء: بإثارة لذة السعادة بإيجاد عبد بلا صاحب في هذا البئر، فيصيح: يا بشرى. سعادة وفرح بما وجد، وهذا إثارة لسعادته .

ب - التأكيد على صحة فراسته: وتلك سعادة يشعر بها الفرد عند نجاح رأيه أو تصوره؛ عندما قال مالك لهم عن يوسف: هذا ليس سمة العبيد، فقالوا: نعم، فهو قد رُبي في حجورنا وتخلق بأخلاقنا .
3 - التعبير باللغة المنطوقة وغير المنطوقة:

أ - اللغة المنطوقة:

وظف هذا الإشهار اللغة ممثلة في ألفاظها في التعبير عن سلعته، والتعبير هنا عن السلعة لم يأت في شكل عبارة إشهارية، ولكن في إخبار عن عملية بيع، نعرف منها كيف تم البيع، وبعض العبارات التي قيلت، ويمكن إدخالها ضمن العبارة الإشهارية، نحو :
عبارة: يا بشرى، فهي تعد إشهارا عن سلعة ثمينة وقيمة وجدها الرجل، فصاح معلنا عن عظمة ما وجد وشعوره بالسعادة بتلك الوجود .

عبارة: وأسروه بضاعة، فقد أشارت إلى:

- 1- سعادة هؤلاء القوم بما وجدوا .
- 2- حرصهم على إخفائه، نظرا لقيمته.
- 3- أملهم في الربح منه باعتباره بضاعة سيبيعونها، ويكسبون المال منها .

عبارة: وشروه، أي باعوه؛ ولكنه بيع الحسرة والندم .
عبارة: بثمن بخس، ومعناها أنه بيع بثمن منقوص ظالم، لأنه أقل من قيمته .

عبارة: وكانوا فيه من الزاهدين، أنه سلعة ييغضها صاحبها، وهو لون جديد من البيع، يسعى البائع فيه إلى الخلاص من سلعته، وليس الربح .

خصائص هذه اللغة:

جاءت اللغة في جمل قصيرة، منها جملة نداء في شكل صيغة تعبر عن السعادة، وباقي الجمل خبرية قصيرة، نحو: وشروه/ بثمن بخس/ دراهم معدودة/ كانوا فيه من الزاهدين/ أسروه بضاعة .
ب - اللغة غير المنطوقة:

1- اللغة الانفعالية:

قد أشار القرطبي إلى الانفعال الموجود في هذه العبارة من خلال صيغة النداء (يا بشرى) قال: " يا أيتها البشرية هذا حينك وأوانك. المعنى في نداء البشرية: التبشير لمن حضر، وهو أوكد من قولك

تبشّرت، كما نقول: يا عجباه، أي يا عجب هذا من أيامك وآياتك فاحضر، هذا مذهب سيبويه والسهلي... ومعنى النداء ها هنا التنبيه: أي انتبهوا لفرحتي وسروري⁽¹⁾، هذا تحليل رائع من القرطبي لحالة مالك بن زعر الانفعالية؛ عندما وجده متعلقا في الدلو فصاح (يا بشراي) فقد أظهرت هذه الصيحة الطاقة الانفعالية التي بداخل مالك من شدة الفرح، وهي أقوى من قوله: إني فرح سعيد شديد السعادة، فهي صيحة أغنت عن ألف كلمة فرح .

سبب هذه الصيحة: لقد كان سبب صيحة مالك (كما يظن إخوة يوسف) هو الفرحة بالوجادة، أي صيحة أنفعال بالقيطة قادمة من اللاشعور، ولهذا لم يتكلموا عن ثمن السلعة، بل أثبتوا ملكيتهم لها أولا، فقالوا: هذا عبدنا أبق فوافقهم مالك الرأي ولم تعترض، بل عرض عليهم الشراء لأن الانفعال الذي بداخله أت من جهة أخرى، هي جهة انفعال الفرح والإعجاب والانبهار بالسلعة، لهذا يحاول امتلاكها، إننا أمام انفعالين مختلفين: انفعال وصل إلى ذهن البائع وليس صحيحا، وهو أنه أثار في نفس المشتري انفعال الفرحة بإيجاد لقيطة، والثاني: انفعال الإعجاب والانبهار بالسلعة، وهو ما حدث فعلا في نفس المشتري، فلم يسأل أو يجادل في السعر ولا في ملكيتهم له لكن سأل عن المنشأ، فقال: ما هذا بسمه العبيد ليتحقق مما وصل إلى ذهنه من أن هذا ليس عبدا بل هو سيد حر، ولهذا سيربح منه إذا باعه الكثير .

2- اللغة الرمزية:

بهذا الإشهار كلمات ترمز إلى معان لم ينطق بها المتكلم، منها: " يا بشراي " رمزت إلى الفرحة والسعادة بما وجد، و " أسروه بضاعة " رمزت إلى خوفهم على ما وجدوا أن يؤخذ منهم، و " بثمن بخس " رمزت إلى الظلم الواقع على يوسف من هذا البيع الجائر، " كانوا فيه من الزاهدين " رمزت إلى كرههم لسلعتهم التي يبيعونها .

الفضاء الذهني:

إن الفضاء الذهني للمشتري عاجز عن العمل؛ فالصورة القائمة أمام عينه لم تعط فرصة لخيال المشتري أن يعمل فيتخيل ويتصور غلاما أو عبدا أجمل وأفضل مما أمامه، فقد سحره من أمامه (يوسف) وشل تفكيره وأوقف عمل ذهنه عن أن يتخيل شيئا آخر في حضرة يوسف، فظل متجمدا أمام الصورة في حالة انفعالية عبرت عنها صيحته (يا بشراي) .

(1) تفسير القرطبي: ج5، ص3383.

فما كان في فضاء مالك عند خروج يوسف من البئر :

1- ماء يشربه .

2- ولو كان إنسانا فسيكون متعبا عليه غبار البئر وآثاره، يجعله

يعرض عنه.

الفضاء الجديد هو فضاء بنئه الصورة في ذهن المتلقي مع أول وهلة يرى فيها الغلام صورة إنسان أجمل ما خلق الله، فبهرتة وحطمت الصورة المتوقعة السابقة، وظهرت آثارها في صحبته .

ثالثا : النظريات الحديثة:

أ - النظرية المزج المفهومي:

تقوم نظرية المزج المفهومي بتحليل العمليات العقلية التي تمت في داخل العقل؛ لتتم عملية البيع، فالذي أمامنا كسلعة هو يوسف وبائع هم إخوته وطالب للسلعة هو مالك، فيقوم البائع باستخدام وسائل الإقناع المختلفة لإقناع المشتري بالسلعة، إذن فالعملية العقلية الإقناعية تتم في ذهن المشتري، أما البائع فهو الساحر الكبير الذي يعمل على إقناع المشتري بالسلعة ومحاولة تغييب كثير من الحقائق عن السلعة لدى المشتري، بل تغييب عقل المشتري حتى يفتنع بالسلعة. لهذا السبب سأدرس عمليات المزج المفهومي التي تتم في عقل المشتري (مالك بن ذعر) وذلك من خلال عدة عمليات عقلية هي: البدء بالجمع بين الدخيلين المختلفين (أ)، (ب) حيث (أ) دخل العبد الذي يمكن أن يجده أي مسافر في قعر بئر، بما عليه من أوساخ وما هو عليه من خوف وكآبة، (ب) دخل الشخص الذي خرج مع دلو مالك، وما عليه (بجانب الأوساخ والخوف) من حسن وجمال وبهاء ووقر الأسياد. تدخل الصورتان من خلال الدخيلين إلى الفضاء الجامع حيث نجمع بينهما فيه، فتحدث عملية الإسقاط الذهني بينهما بالمقابلة بين السمات الانتقائية لهما، فتحدث عملية المزيج على مراحل متتالية في شكل عمليات داخل هذا الفضاء من تركيب وإكمال وبلورة، التي تنتج عنها صورة جديدة لهذا الشخص، ظهرت في هذه الصيغة، هي أن هذه السلعة ربيبة بيت النبوة والكرم والسيادة، بما لهم من أخلاق ومكارم، كل هذه المعاني قرأها مالك في وجه يوسف رغم ما عليه من غبار البئر، إنها نور من الله يطغى علي كل نور، ويظهر من وراء كل الغيوم، لتقول لمالك: ليس هذا عبدا، وهو المعنى الذي وصل إلى رأسه من خلال عملية المزج هذه. ويمكن تصور هذه العملية من هذا الشكل:

دخل (أ) عبد في قعر البئر - << فضاء الدخلين - < فضاء جامع
- < فضاء مزيج (تركيب. إكمال. بلورة) - < سيد
دخل (ب) يوسف في البئر - <<
تمت عملية المزج المفهومي في ذهن مالك عند النظر إلى يوسف،
فخرجت بهذا المعنى الجديد، أنه ليس هذا عبدا بل هو سيد حر كريم،
ابن الكرام .

ب - النظرية العرفانية :

يظهر عمل النظرية العرفانية في بيان كيفية بناء صورة للسلعة
(يوسف) في البنية التصورية للمتلقي (مالك بن ذعر) وهذا ما يقوم
عليه عمل النظرية هنا، ففضية ثمن السلعة أو صاحبها؛ لا يدخل ضمن
عمل النظرية الآن، بل بعد فحص السلعة أولا، ثم قبولها والافتناع بها
من طرف المشتري .

لهذا نجعل موضع تطبيق نظريتنا هنا هو العملية العقلية التي تمت
في عقل المشتري في لمح البصر، فخرج منها باقتناع تام بالبضاعة
وعرض الشراء على أصحابها بعد تمام هذه العملية العقلية التي تجرى
في عقل كل تاجر مقبل على شراء سلعة جديدة بهرته، حيث يقدر في
عقله قيمتها وسعرها ومدى حاجة السوق لها وكيف يسوقها وكم
سيربح منها في إطار ذلك يتم تحديد سعر لها في عقله كحد أقصى، ثم
المساومة عليه والنظر في أوراق ملكيتها وبلد المنشأ وشركة الإنتاج .

آلية عمل النظرية:

تبدأ عملية الإسقاط المفهومي للمعارف المتعلقة بمجال (المصدر)
على المعارف المتعلقة بمجال (الهدف) لفهم مجال الهدف من خلال
المعارف المتعلقة بمجال المصدر؛ لبناء تصور جديد في الذهن لهذا
الشيء الذي يراه لأول مرة.

هذا الشيء الذي تتم له عملية بناء تصور في الذهن هو يوسف
عليه السلام، فمن خلال عملية إسقاط للمعارف المتعلقة بالمصدر (عبد
في قعر بئر) على المعارف المتعلقة بالهدف (يوسف في لحظة خروجه
من البئر) لتبنى له صورة ذهنية جديدة في البنية التصورية لمالك،
صورة الجلال والعظمة والوقار، فيراه بصورة مختلفة عما استقر في
ذهن الحضور (إخوة يوسف) الذين يرونه منافسا لهم في حب أبيهم
فقط. فتتم عملية الإسقاط الانتقائي في الذهن بين المجالين بالمقابلة
بينهما، قد استقر في البنية التصورية لذهن مالك صورة العبد بأبعادها:

الحركية والسلوكية والملاحج الوجيهة والطباع النفسية وطريقة الكلام، كإطار عام يضع فيه هذا العبد الخارج من البئر، فتتم عملية المطابقة بينهما في لمح البصر، فيبدو نقاط الخلاف والاتفاق بينهما. ثم تخرج النتيجة الفورية لهذه العملية قائلة: ما هذا بسمة العبيد . وهنا لا تختفي من التقدير الأغطية الخارجية المتمثلة في غبار على الثياب أو إعياء على البدن؛ فالرجل ينظر إلى الجوهر ويبحث عنه وقد وصل له، فقل ما شئت لي في وصفك له فقد عرفته أكثر منك، ورأيت فيه ما لم تره .

هذا الأمر يحدث لنا كثيرا، أتذكر عندما كنا نسير معا وقلت لك: أهذا فلان؟ فدققت النظر برهة ثم قلت: لا إنه يشبهه فقط، فلان أكثر طولا وأعرض منه، إن هذه البرهة هي لحظة القيام بالعملية العقلية العرفانية، من المقابلة بين صورة فلان التي في الذهن وصورة من يشبهه، فتتم في تلك البرهة عملية المقابلة بإسقاط المعارف المتعلقة بفلان من الذاكرة؛ على صورة من يشبهه الواقف أمامنا فتكون النتيجة: ليس كذلك بل يشبهه، وهذا ما حدث في ذهن مالك بن ذعر فخرج بالنتيجة السابقة. إنها حقا عملية عقلية محضة .

ج - النظرية التداولية:

﴿وَجَاءَتْ سَيَّارَةٌ فَأَرْسَلُوا وَارِدَهُمْ فَأَدْلَى دَلْوَهُ قَالَ يَا بُشْرَى هَذَا غُلَامٌ وَأَسْرُوهُ بَضَاعَةٌ وَاللَّهُ عَلِيمٌ بِمَا يَعْمَلُونَ (19) وَشَرَوْهُ بِثَمَنٍ بَخْسٍ دَرَاهِمَ مَعْدُودَةٍ وَكَانُوا فِيهِ مِنَ الزَّاهِدِينَ (20)﴾ [يوسف] .

التداولية: هي دراسة استخدام اللغة بين الناس وتوظيفها في أغراض شتى، لو نظرنا إلى هذا الإشهار لوجدنا أنه عبارة عن إخبار عن عملية بيع جاءت في عبارات إخبارية تشير لذلك، نحو: وأسروه بضاعة، وشروه بثمن بخس ودراهم معدودة، يمكن دراستها في ضوء النظرية التداولية وقوانينها .

يقوم البحث التداولي على دراسة: الإشارة. الافتراض السابق. الاستلزام الحوارية. الأفعال الكلامية .

1- الإشارة: تبدو هنا في: الإشارة الشخصية، نحو:

أ- الضمان: ياء المتكلم (يا بشراي)، وهاء، وواو الجماعة (أسروه - وشروه)

ب - الإشارة المكانية: المكان هنا مكان البئر (وألقوه في غيايات الجب) .

ج - اسم الإشارة: هذا غلام إشارة إلى يوسف .
2- الافتراض السابق: حاجة هؤلاء المسافرين إلى الماء فأرسلوا ساقبيهم، ما يفهم من قوله (زاهدين) الكره السابق على عملية البيع لسلعتهم .

3 - الاستلزام الحوارى: أن يقول الساقى: يا فرحتى لقد وجدت غلاما، وقد فهم كل هذا من صيحة الفرح: يا بشراي وإن لم يقل ذلك، أو أن تكون هناك سلعة (يوسف) وثمان يدفع فيها (دراهم) وأن تكون مغبونة لأنها بيعت ببيع ظلم (بخس)، وأن يكون قد بيع فعلا (شروه)، وأن يكون السعر قليلا لأنه دراهم تعد ولا توزن (دراهم معدودة) .

4 - الأفعال الكلامية: هذه العبارة (وشروه بثمان بخس دراهم معدودة وكانوا فيه من الزاهدين) يمكن أن نضعها ضمن الأفعال الإخباريات، فهي إخبار عن عملية البيع وسعر السلعة المباعة، مع إشارة ضمنية لقيمة السلعة في مقابل ما دفع فيها، والحالة النفسية للبائع عند البيع .

القوة الإنجازية في الفعل (شروه) تبدو في الإخبار عن بيع الحسرة والندم، وإلا لقال الحق هنا: باعوه، فكانت (شروه) أقوى لحملها معنيين: البيع والندم .

الغرض الإنجازى لهذا الفعل هو نقل الواقع نقلا أميناً، فيه يتحقق شرط الإخلاص وبشرط الإخلاص يكون الفعل أنجز إنجازاً ناجحاً أو تاماً، وقد حدث ذلك في تلك العبارة لأن الذي أخبرنا هو الله سبحانه وتعالى، ومن أصدق من الله قيلاً ومن أصدق من الله حديثاً؟! .

القسم الثانى: (البيع لعزير مصر: سلعة يرجو منها المنفعة) :

قال تعالى: ﴿وَقَالَ الَّذِي اشْتَرَاهُ مِنْ مِصْرَ لَامْرَأَتِهِ أَكْرِمِي مَثْوَاهُ عَسَى أَنْ يَنْفَعَنَا أَوْ نَتَّخِذَهُ وَلَدًا﴾ [يوسف: 21] .

مقدمة:

هذا البيع الثانى ليوسف، فقد اشتراه عزير مصر قطفير من مالك بن ذعر، ليقدمه لزوجته راجياً منه المنفعة أو أن يكون ولداً لهما، وقد

صدقته فراسته فيه فكان نفع يوسف عاما على كل أهل مصر، ببركة هذا النبي الكريم ابن الكرام عليه السلام، ويتمحور الإشهار هنا حول تلك العبارة التي قالها الرجل لزوجته (أكرمي مثواه عسي أن ينفعنا أو نتخذه ولدا)، وهذا البيع أوضح في الدلالة على الإشهار من سابقه، فقد تضمن نصا قرانيا إشهاريا عن ذلك البيع هو تلك العبارة الإشهارية التي يُطَّلَع فيها الرجل زوجته على ما أشتراه من السوق، كما يفعل كل الرجال محاولا إقناعها بقيمة صفقته التي أجراها، كأنه يخشى ألا تقبلها، فهو هنا بائع يقدم سلعته للمشتري الذي قد يرفضها أو يقبلها، وفي الحالة هذه يكون ذلك الرفض في شكل لوم وعتاب له من زوجته على شراء ما لا قيمة له ولا يرجى منه نفعاً، فبادرها هو معلنا عن سلعته وقيمتها النفعية، ماسا حاجة نفعية دفيئة داخلها في مكان دقيق، فلبّي به هذه الحاجة التي في نفسه ونفسها وهو حاجتهما إلى ولد .

أولا : مع اللغويين والمفسرين:

مع اللغويين في تفسير معنى " مثواه " (1):

في المحكم والمحيط الأعظم: " تَوَيْتُ بِالْمَكَانِ: وَتَوَيْتُهُ تَوَاءً، وَتَوَيْتُ... وَأَتَوَيْتُ بِهِ: أَطَلْتُ الْإِقَامَةَ بِهِ... وَقَوْلُهُ تَعَالَى (إِنَّهُ رَبِّي أَحْسَنُ مَثْوَايَ) (2) أَي: إِنَّهُ تَوَلَّانِي فِي طَوْلِ مَقَامِي " (3)

في الوجوه والنظائر للدامغاني: " تفسير مثنوى على ثلاثة أوجه (مأوى. منزل. الإقامة) مثنوى يعني: مأوى في قوله تعالى: ﴿وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَنقَلَبَكُمْ وَمَثْوَاكُمْ﴾ [محمد: 19]... والوجه الثاني، مثواه يعني: منزله،

فذلك قوله تعالى في سورة يوسف (أكرمي مثواه) يعني منزله، وقال أيضا (إنه ربي أحسن مثواي) يعني أحسن منزلي، والوجه الثالث: المثنوى يعني: الإقامة، فذلك قوله تعالى: ﴿وَمَا كُنْتَ ثَاوِيًا فِي أَهْلِ مَدْيَنَ﴾ [القصص: 45]، يقول يا محمد لم تكن مقيما فتعلم كيف كان أمرهم، فتخبر أهل مكة بأمرهم وشأنهم (4) فالمعنى المقصود بـ (مثواه) أي أكرمي منزله عندنا .

مع المفسرين:

(1) الكلمة التي تحتاج إلى توضيح في هذه الآية هي (مثنوى).

(2) سورة يوسف: 23.

(3) المحكم والمحيط الأعظم: مادة ثوى، ج 11، ص 198 - 199.

(4) الوجوه والنظائر: الدامغاني، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، القاهرة 1995م، ص 222/ 223.

تفسير القرطبي:

الاشتراء هنا بمعنى الاستبدال، إذ لم يكن ذلك عقدا... أكرمي مثواه، أي منزله ومقامه بطيب المطعم واللباس الحسن، وهو مأخوذ من ثوى بالمكان أي أقام به... عسى أن ينفعنا، أي يكفينا بعض المهمات إذا بلغ (أو نتخذه ولدا) قال ابن عباس: كان حصورا لا يولد له، وكذا قال ابن إسحق: كان قظفير لا يأتي النساء ولا يولد له... قال عبد الله بن مسعود: أحسن الناس فراسة ثلاثة العزيز حين تفرس في يوسف فقال: عسى أن ينفعنا أو نتخذه ولدا... (1)

تفسير الرازي:

قوله: (أكرمي مثواه) أي منزله ومقامه، وقال المحققون: أمر العزيز امرأته بإكرام مثواه دون إكرام نفسه، يدل على أنه كان ينظر إليه على سبيل الإجلال والتعظيم... ولما أمرها بإكرام مثواه علل ذلك بأن قال (عسى أن ينفعنا أو نتخذه ولدا) أي يقوم بإصلاح مهماتنا، أو نتخذه ولدا لأنه كان لا يولد له ولد وكان حصورا (2)

تفسير الألوسي:

(وقال الذي اشتراه من مصر) فهذا الشراء غير الشراء السابق الذي كان بثمن بخس... وكان الملك يومئذ الريان بن الوليد العمليقي ومات في حياة يوسف عليه السلام بعد أن آمن به فملك بعده قابوس بن مصعب؛ فدعاه إلى الإيمان فأبى.

(أكرمي) أي اجعلي محل ثوائه وإقامته كريما أي حسنا مرضيا، وهذا كناية عن إكرامه عليه السلام نفسه على أبلغ وجه وأتمه لأن من أكرم المحل بتنظيفه وفرشه ونحو ذلك فقد أكرم ضيفه بسائر ما يكرم به... (عسى أن ينفعنا) في قضاء مصالحنا إذا تدرب في الأمور وعرف مجاريها (أو نتخذه ولدا) أي نتبناه ونقيمه مقام الولد، وكان فيما يروي عقيما.. وكان هذا القول من العزيز لما تفرس فيه من مخايل الرشد والنجابة (3)

عناصر الإشهار:

يتكون هذا الإشهار من:

- 1 - السلعة: يوسف عليه السلام .
- 2 - البائع: عزيز مصر .

(1) تفسير القرطبي: ج5، ص3389.

(2) التفسير الكبير: المجلد التاسع، ج18، ص89.

(3) روح المعاني: المجلد السابع، ص283.

- 3- المشتري: زوجة عزيز مصر . 4- الثمن: إكرام مثنوى يوسف .
5- مقابل الثمن: " عسى أن ينفعنا أو نتخذه ولدا " .
6- العبارة الإشهارية: " أكرمي مثواه عسى أن ينفعنا أو نتخذه ولدا "

ثانيا : الدراسات الحديثة:

1 - الإشهار والتواصل وأدوات التواصل:

يحقق هذا الإشهار نوعا معينا من التواصل بين أفراد المجتمع، هو التواصل بين الرجل وأهل بيته، في إصداره الأوامر لهم (أكرمي) وتقديم المبررات لهذه الأوامر (عسي...). تبدو أدوات التواصل هنا في مراعاة: المقام اللفظي في استخدام صيغة الأمر .
المقام الاجتماعي: من علو مكانة الرجل وقوامته في عدم اعتراض امرأته .

2 - الهدف من الإشهار:

هل هناك أهداف لدى قطفير خلف شراء هذا العبد من السوق، ودفع المال الكثير ثمنا له وتقديمه هدية لزوجته، ثم يأمرها بإكرامه؟! نعم. وأحسب أنها:
أ - من باب الفراسة التي أشار إليها المفسرون، فهي علم ربما قد علمه الله إياه، فعلم أن وراء هذا الغلام خيرا كثيرا، وصدقت فراسته فعمَّ خيرُه مصر .
ب - أو كان هذا من تمكين الله ليوسف في الأرض بأن ألقى محبته في نفس عزيز مصر؛ كما ألقاها من قبل في نفس مالك بن ذعر، فأنجذبا له واشترياه بالمال الوفير كل منهما حسب إمكانياته المالية. وقد قال بهذا الرأي القرطبي في قوله تعالى: ﴿وَكَذَلِكَ مَكَّنَّا لِيُوسُفَ فِي الْأَرْضِ﴾ [يوسف: 21]: " وكان الله قد ألقى محبة يوسف على قلب العزيز فأوصى به أهله، ذكره القشيري (1) .
ج - اتخذه ولدا: لماذا اختار عزيز مصر هذا الغلام العبد ليكون ولدا له دون أبناء مصر كلهم أسيادا وعبيدا؟! ربما رأى فيه ما لم يره الآخرون !

(1) تفسير القرطبي: ج5، ص3387.

د - أثر الصورة: لقد نسينا شيئاً هاماً في القضية وهو صورة يوسف التي سبق أن تكلمنا عنها وعن تأثيرها علي مالك بن زعر، مما جعله يقبل علي شرائه، ويصدق كذب إخوة يوسف بأنه عبد أبوق، لكنه رآه علي حقيقته سيداً من بيت أسيد، بل تكشفت له الأحداث مكانته في السماء بأنه مستجاب الدعاء وما نظر إليه أحد إلا أحبه، فيكون هذا أحد الأسباب التي دفعت عزيز مصر لشراء يوسف .
كل هذه الأهداف تعد أهدافاً معلنة، لأننا فهمناها من نص الإشهار.

3- خلق الحاجات في نفس المتلقي:

قام المشهر هنا (عزيز مصر) بخلق حاجات في نفس زوجته كانت مختفية في اللاشعور، فهي أشد المناطق هشاشة في النفس الإنسانية يحاول صاحبها التغلب عليها بإخفائها إن عجز عن تحقيقها، وهي حاجتها إلى الولد، فقام بإثارة هذه الحاجة وتلك الرغبة بقوله: أو نتخذه ولدا .

4- الاستنجاد بالعقل:

يأتي هذا الاستنجاد هنا في تقديم المبرر العقلي المنطقي لهذا الشراء بقوله: عسى أن ينفعنا، فهو يأمل فيه المنفعة كسبب للشراء، وهو مبرر يقوم على حجة عقلية .

4- اللغة المنطوق وغير المنطوق:

أ - اللغة المنطوق:

العبارة الإشهارية (أكرمي مثواه عسى أن ينفعنا أو نتخذه ولدا) بها ثلاث جمل قصيرة: أكرمي مثواه/ عسى أن ينفعنا/ أو نتخذه ولدا، هي جمل إنشائية طلبية (أكرمي مثواه) رجائية (عسى أن ينفعنا - أو نتخذه ولدا) موجزة: حيث جمعت بين الطلب ومبرراته وأسبابه وفائدته في عبارة واحدة .

في الجانب البلاغي: (أكرمي مثواه) مجاز مرسل علاقته محلية حيث أطلق المحل وأراد من فيه فطلب منها إكرام المنزلة، وأراد من فيها (يوسف) فهو ذو منزلة عالية، أراد عزيز مصر من زوجته إكرام هذه المنزلة لعلو من احتلها أي منزله ومقامه، فهي مجاز مرسل

ب - اللغة غير المنطوق:

1- اللغة الرمزية: الألفاظ القليلة للعبارة ترمز إلى أشياء مختلفة،
فمنها:

أكرمي: توضح العناية الشديدة به، ولا تقال إلا للضيف العزيز
الكريم .
مثواه: منزله، لأنه أعلى مكانة من أن تعلية، بل تكرم مقامه ومنزله
فقط .

عسى: ترمز إلى الأمل الذي يتمناه ويأمله منه، فهو أفضل من أن
يقول لها: سينفعنا وسنتخذه ولداً، لأنه لن يكون مقنعاً أو صادقاً، ولكنه
فتح باب الأمل .

ينفعنا: رمزت من خلال شموليتها كل ألوان المنفعة .
نتخذه ولداً: لم ينس الرجل مشكلتهما فرمز إليها، ولما تعانیه من
الحرمان .

2- اللغة الانفعالية: تبدو اللغة الانفعالية في هذا الإشهار في داخل
الكلمات ومن ينطلق منها من طاقة انفعالية ومشاعر وآمال، لقد كان
هذا الإشهار وسيلة يعبر بها الرجل عن معاناته وما به من آلام
الحرمان من الولد، وكذلك التعبير عن مشاركته لزوجته في محنتها
ومحاولته إيجاد بديل لها عن الولد الحقيقي، فكانت كلمة نتخذه ولداً
حاملة لتلك الطاقة الانفعالية الكامنة في نفسيهما ومفجرتها بهما .

كذلك الطاقة الانفعالية الموجودة في جملة: أكرمي مثواه، من
الدلالة على الحفاوة والترحاب التي أمر باستقبال يوسف بها؛ فقد تدلت
على أمنية كبرى وشعور خفي داخل الرجل من أمنيته بأن لو كان هذا
ولده بشعور بالأبوة نحو بأن هذا سيكون ولداً لهما، لهذا خاطب زوجته
بفعل الأمر: أكرمي .

وكذلك الانتقال في النفع من العام إلى الخاص: فهو يأمل منه النفع
بوجه عام ثم ينمو الأنفعال بالأمل في يوسف إلى النفع الخاصة بحل
مشكلتهما الكبرى، دليل على نمو انفعاله وزيادة أمله فيه .

3- اللغة الإيحائية: تضمن هذا الإشهار ألفاظاً تحمل إichاءات
مختلفة، فنحن نشعر عند سماعه بظلال من المعاني غير المنطوقة
بدخله، نحو جملة :

أكرمي مثواه: لقد أوحى لنا بمكانة وجلال هذا الرجل في بيته فهو
الأمر الناهي فيه، وأن هذا الضيف ليس كغيره من الضيفان، فله
المكانة العالية لذا لم يوكل أمره إلى أحد من الخدم بالقصر وما أكثرهم
بل أمر سيدة القصر أن ترعاه بنفسها .

أو نتخذة ولدا: أوحى هذه الجملة بما داخل الرجل من غصة ومرارة من حرمانه وزوجته من نعمة الولد، وكانت نون الجمع موحية بما بهما من آلام حرمان مشتركة، وقد جاءت في نهاية إشتهاره بما يوحى بيأسه من تحققه .

3 - الفضاء الذهني :

الفضاء الذهني الذي يصنعه هنا عزيز مصر (المشهر) لسلعته (يوسف) في ذهن المتلقي (زوجته) يقوم على بناء تصور جديد في ذهنها عما أمامها من مجرد غلام صغير تم شراؤه من سوق العبيد، في البنية التصورية لها وذلك بتقديمه في صورة جديدة تلبى حاجة دفينه لديها، ربما لم تعلن عنها لكنها مستقرة في داخلها تنتظر الخروج، فقد جاء هذا العبد ليلى هذه الرغبة الدفينة، الرغبة في الولد التي تحلم بها كل امرأة وحرمت هي منها .

لقد اخترق هذا الرجل الفضاء الذهني لزوجته قائلا: أو نتخذة ولدا، فاتجه ذهنها إلى صورة الحلم الدفين والرغبة المنزوية في لا شعورها ليحركها ويوقظها؛ فتنهض من فورها لتعيد النظر إليه ليس كعبد يخدم في القصر، بل لبناء تصور جديد له في ثوب الابن المحرومة منه والأمل المفقود، فتوافق .

أسباب قبول زوجة العزيز لهذا العرض:

أ - ما كان عليه يوسف من حسن منذ صغره يجذب القلوب إليه، فهي تقول في نفسها: لو أنجبت غلاما يوما ما هل سيكون بهذا الحسن والجمال؟! .

ب - أن الذي يقدمه لها زوجها وفي هذا ما فيه من درء الشبهة عنها بألوانها .

ج - علمها بفطنة زوجها وفراسته، فهو لن يأتي بولد سوء ليتبناه أو يكرمه .

لقد كان الفضاء الذهني صاحب فضل على يوسف في قبوله كغلام يتبناه عزيز مصر، فقد لعبت صورة يوسف دورا كبيرا في تغيير البنية التصورية في ذهن عزيز مصر وزوجته، من صورة عبد يعمل ضمن الخدم إلى ابن فيه العوض عن الابن الحقيقي، وفيه الفخر والزهو بحسن وجمال الولد .

ثالثا النظريات الحديثة:

أ - نظرية المزج المفهومي:

يمثل هذا الإشهار نموذجاً للمزج المفهومي من حيث بناء الصورة الذهنية عن ابن مأمول في المستقبل من واقع فعلي هو عبد عبراني قادم من السوق في البنية التصورية للمتلقى، هل يصلح هذا العبد أن يكون ابناً لعزير مصر؟ .

الأفضية الذهنية:

تقوم الأفضية الذهنية بعملية المقابلة بينهما لإقناع المتلقي (زوجة العزيز) بالمنتج (يوسف)، بأنه بديل عن الابن الأصلي، وذلك من خلال:

1- فضاء الدخيلين: فضاء الدخل (أ، ب) يمثل الدخل الأول (أ) العبد العبراني، ويمثل الدخل الثاني (ب) الابن المأمول في ذهن الأبوين من عملية الشراء .

يلتقي الدخلان في الفضاء الجامع حيث يتم الجمع بينهما فيه، وتتم عملية المقابلة بين خصائص كلا الدخيلين من خلال السمات الانتقائية لهما، ثم ينتقلان إلى فضاء المزيج، حيث تتم عمليات المزج المختلفة:

1- التركيب: يتم باستحضار الفضاءين الدخيلين في الذهن فتبدو صورة العبد بجوار صورة الابن الذي كانا يطلمان به للحكم عليه .

2- الإكمال: تأتي عملية الإكمال لتتم عملية الإسقاط بينهما بها، فتظهر فيها صورة العبد القادم من السوق أعظم وأجمل من الصورة التي في الذهن عن الابن المأمول، وذلك من خلال ما له من سمات انتقائية تفوق ما يطلمان به .

3- عملية البلورة: تتم عملية البلورة بالوصول إلى المعنى الجديد الناتج عن تلك العمليات السابقة، أن صورة الابن التي في ذهن الأبوين لا تشبه ولا تقارب ما في الواقع من جمال وجلال يوسف الصديق عليه السلام، فتسقط هذه الصورة القديمة لتحل محلها الصورة الجديدة صورة يوسف إنه (على الرغم من صورته التي قدم عليها من السوق) أفضل مما في ذهنيهما لهذا الابن المأمول، لتكون النتيجة من عمليات المزج هذه أن يقتنعا به ابنا لهما، هذا لما أبصراه وتبصراه من سمات انتقائية لم يرها غيرهما، فقد ألقى الله سبحانه وتعالى محبة يوسف في قلوبهما .

ب - النظرية العرفانية:

يقوم عمل هذه النظرية على المشابهة بين مجالين لفهم مجال من خلال مجال آخر، ذلك من خلال عملية إسقاط للمعارف المتعلقة بالمجال الثاني (المصدر) على المعارف المتعلقة بالمجال الأول (الهدف) فيبدو التشابه بينهما واضحاً .

- 1 - المجال الأول (الهدف) ابن مأمول في ذهن الأبوين يحلمان به .
 - 2 - المجال الثاني (المصدر) يوسف عليه السلام .
 - 3 - عملية إسقاط للسّمات الانتقائية بينهما .
 - 4 - النتيجة: قبول يوسف على أنه ابن بديل لهما، بل إنه يفوق الابن الأصلي لما له من سمات انتقائية تفوق الصورة الذهنية لذلك الابن الحقيقي، فيتم بناء صورة ذهنية جديدة له في بنيتهما التصورية عما يجب أن يكون عليه الابن .
- تتحول عملية المشابهة هنا بين الطرفين إلى عملية خلق لشيء جديد في الذهن، وليست عملية فهم مجال من خلال مجال آخر - كما تظن الاستعارة العرفانية - بل إنها عملية عرفانية من نوع آخر، فهي تتمحور حول ما ينتج عن رؤية يوسف من أسئلة، نحو: هل يكون ابننا كذلك على هذه الصورة إذا وهبنا الله الولد؟! .
- إنه سؤال إجابته معروفة لكن الأهم من ذلك هو ما نتيجة هذا السؤال؟ إنه الإسراع في تبني هذا الصبي؛ حتى لا تفوتنا تلك الفرصة التي لو تحققت لم تكن بمثل هذا الحسن والجمال، فهو ابننا لا جدال في ذلك ومن صلبنا، وليقل من شاء أن يقول .
- ذلك عمل النظرية العرفانية، من محاولة فهم العمليات العقلية التي تحدث في أذهاننا لفهم الأشياء وفهم العالم من حولنا والتفاعل معه .
- ج - النظرية التداولية:
- العبارة الإشهارية (أكرمي مثواه عسى أن ينفعنا أو نتخذه ولدا) تقوم على عرض لحوار تم بين الزوجين، ورد فيها حديث الزوج معلنا فيه عن سلعة اشتراها من السوق ويحاول عرضها على زوجته كمشتر ثان لها، ومشاركة له في إدارة شؤون هذه السلعة بعد الشراء .
- قام الحوار علي عناصر:
- 1 - الإشارات: ضمائر (متكلم: نا - مخاطب: الياء - غائب: الهاء)، المكانية (مثواه: منزلته)، الاجتماعية (أكرمي مثواه: إشارة إلى علو مكانته الاجتماعية) .
 - 2 - الافتراض السابق: الافتراض الأول في قوله: عسى أن ينفعنا، حيث نفترض أن زليخا عارضت زوجها لشراء هذا العبد ليبقى في الدار، فكان رده عليها (عسى أن ينفعنا...)، والافتراض الثاني: (أو نتخذه ولدا) فيفترض أنهما لا ينجبا أو ليس لهما ولد .
 - 3 - الاستلزام الحواري: إن الحوار هنا بين زوجين، لذا لا بد أن يكون هناك مبدأ التعاون بين المتكلم والمخاطب ليتم التفاهم بينهما، هذا

ما يبدو من تلك العبارة الإشهارية، فعندما يقول الزوج لزوجته: أكرمي مثواه يعلم أنها ستستجيب لأمره، وعندما يقول لها: أو نتخذة ولدا تدرك صدق ما يقول، ولهذا أجابت بالصمت دليلاً على موافقته فيما قال، فتحقق هذا في عبارة قصيرة بها عنصر الصدق والوضوح فتم التفاهم بينهما، ولم يتولد عن كلامه أي فشل في التواصل، فقد قال قصده .

4- الأفعال الكلامية: احتوت هذه عبارة الإشهارية على نوعين من الأفعال الكلامية :

أ - طلبيات: وهي كل الأفعال التي تدل على الطلب نحو: أكرمي مثواه .

ب - تعبيرات: وهي أفعال يعبر بها المتكلم عن مشاعره المختلفة، كالتمني الذي نراه في قوله: عسى أن ينفعا أو نتخذة ولدا .
تم تحليل هذه العبارة بمضامينها التي تخفيها خلف ألفاظها القليلة من خلال هذه النظرية التي تقوم على دراسة اللغة كوسيلة تستعمل للتوصل بين الناس فقد علمنا مما سبق من تحليل أن هناك زوجين متفاهمين بينهما حوار صادق أدى إلى الاقتناع بهذه السلعة والغاية منها، وقبولها .

القسم الثالث: في شبابه:

إشهار صامت (يوسف سلعة يُعلن عنها المشتري):

تقديم:

رأينا في الإشهار الأول والثاني عمليتي بيع ليوسف عليه السلام في صباه حيث باعه في الإشهار الأول إخوته إلى مالك بن زعر، وفي الإشهار الثاني قدمه من اشتراه من مالك لزوجته كهدية لها، اشتراه وحاول إقناعها به .

ونعرض الآن للبيع الثالث ليوسف (في شبابه) لكن في شكل بضاعة للعرض فقط، فقد عرضته زليخا على النسوة رداً على قولهن: إنه قد شغفها حبا لكنها حولتهن بعد عرضه عليهن إلى مشهرات عنه كسلعة، في عبارتهن الإشهارية الشهيرة فقلن فيه: (ما هذا بشرا إن هذا إلا ملك كريم) هنا يتحول المشتري إلى مشهر عن السلعة، وكأنهن بائعات الذي يعلن عن سلعته فلم يكن هدفها بيعه بل الإعلان بإصرار شديد على ما أرادته منه من قبل لقد عرضته فقط، وتركته كسلعة مبهرة يثق في جودتها صاحبها فلا يقدم عنها شيئاً للمشتري ولا يصفها

له، بل يتركها تتحدث عن نفسها كأنها بلا صاحب، وتلك ثقة كاملة من البائع عند عرضه سلعته البارعة، حتى أنني أسميت هذا الإشهار (الإشهار الصامت) لعدم وجود أي عبارة عند عرضه على المشتري إنها آلية جديدة في عرض السلعة، تقوم على قوة جودة المنتج لا على العبارة الإشهارية، واستخدام عنصر المفاجأة عند العرض للإبهار .
النص القرآني :

﴿وَقَالَ نِسْوَةٌ فِي الْمَدِينَةِ امْرَأَتُ الْعَزِيزِ تُرَاوِدُ فَتَاهَا عَنْ نَفْسِهِ قَدْ شَغَفَهَا حُبًّا إِنَّا لَنَرَاهَا فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ (30) فَلَمَّا سَمِعَتْ بِمَكْرِهِنَّ أَرْسَلَتْ إِلَيْهِنَّ وَأَعْتَدَتْ لَهُنَّ مُتَّكًا وَآتَتْ كُلَّ وَاحِدَةٍ مِّنْهُنَّ سِكِّينًا وَقَالَتِ اخْرُجْ عَلَيْهِنَّ فَلَمَّا رَأَيْنَهُ أَكْبَرْنَهُ وَقَطَّعْنَ أَيْدِيَهُنَّ وَقُلْنَ حَاشَ لِلَّهِ مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ (31) قَالَتْ فَذَلِكُنَّ الَّذِي لُمْتُنَّنِي فِيهِ وَلَقَدْ رَاودَتْهُ عَنِ نَفْسِهِ فَوَسْوَسَ لَهُ وَلَئِن لَّمْ يَفْعَلْ مَا أَمَرَهُ لَيُسْجَنَنَّ وَلَيَكُونَ مِنَ الصَّاغِرِينَ (32)﴾ [يوسف] .

العبارة الإشهارية عن هذه السلعة: ﴿وَقُلْنَ حَاشَ لِلَّهِ مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ﴾ .

أولاً : مع المفسرين واللغويين:

تفسير ابن كثير:

يخبر تعالى أن خبر يوسف وامرأة العزيز شاع في المدينة وهي مصر حتى تحدث به الناس .

(قال نسوة في المدينة) نساء الكبراء والأمراء ينكرن على امرأة العزيز (وهو الوزير ويعين ذلك عليها)، امرأة العزيز تراود فتاها عن نفسه (أي تدعوه إلى نفسها) قد شغفها حبا، أي قد وصل حبه إلى شغاف قلبها وهو غلافه...

(إننا لنراها في ضلال مبين) أي في صنيعها هذا من حبا فتاها ومرادتها إياه عن نفسه .

(فلما سمعت بمكرهن) قال بعضهم: بقولهن ذهب الحب بها. وقال محمد بن إسحاق: بلغهن حُسن يوسف فأحببن أن يرينه، فقلن ذلك ليتوصلن إلى رؤيته ومشاهدته، فعند ذلك:

(أرسلت إليهن) أي دعتهن إلى منزلها لتضيفهن .

(واعتدت لهن متكاً) قال ابن عباس: هو المجلس المعد فيه مفارش ومخاد وطعام فيه ما يقطع بالسكاكين من أترج ونحوه؛ ولهذا قال

تعالى: (وآتت كل واحدة منهن سكينا) وكان هذا مكيدة منها ومقابلة لهن في احتيالهن على رؤيته .

(وقالت اخرج عليهن) وذلك أنها كانت قد خبأته في مكان آخر، فلما خرج ورأينه أكبرنه أي أعظم شأنه وأجلن قدره، وجعلن يقطعن أيديهن دهشاً برؤيته، وهن يظنن أنهن يقطعن الأترج بالسكاكين، والمراد أنهن حزنن أيديهن بها.

قاله غير واحد؛ وقد ذكر غير واحد أنها قالت لهن بعدما أكلن وطابت أنفسهن ثم وضعت بين أيديهن أترجاً وآتت كل واحدة منهن سكينا:

هل لكنَّ في النظر إلى يوسف ؟ قلن: نعم، فبعثت إليه تأمره أن اخرج إليهن، فلما رأينه جعلن يقطعن أيديهن، ثم أمرته أن يرجع ليرينه مقبلاً ومدبراً، فرجع وهن يحزنن في أيديهن، فلما أحسنن بالألم جعلن يولولن فقالت: أنتن من نظرة واحدة فعلتن هذا فكيف ألام أنا ؟

(وقلن حاش لله ما هذا بشراً إن هذا إلا ملك كريم) ثم قلن لها: وما نرى عليك من لوم بعد هذا الذي رأينا لأنهن لم يرين في البشر شبيهه ولا قريباً منه، فإنه عليه السلام كان قد أعطي شطر الحسن، كما ثبت ذلك في الحديث الصحيح في حديث الإسراء أن رسول الله صلى الله عليه وسلم مر بيوسف عليه السلام في السماء الثالثة قال: فإذا هو قد أعطي شطر الحسن .

(قالت فذلكن الذي لمتنني فيه) تقول: هذا معذرة إليهن بأن هذا حقيق أن يحب لجماله وكماله، ولقد راودته عن نفسه فاستعصم أي فامتنع، قال بعضهم: لما رأين جماله الظاهر أخبرتهن بصفاته الحسنة التي تخفى عنهن وهي العفة مع هذا الجمال، ثم قالت تتوعده: (ولئن لم يفعل ما أمره ليسجنن وليكونن من الصاغرين) (1) .
ملخص ما قاله ابن كثير:

- 1- أن هذا العمل مخطط من قبل زوجة العزيز .
- 2- أن النسوة عندما سمعن بجماله أردن رؤيته ولهذا قلن قولهن رغبة فيه .
- 3- أنها خبأته عنهن في أول الأمر، ثم طلبت منه الخروج بعد ذلك .

(1) تفسير القرآن العظيم: ج2، ص476 - 477.

4- أن تقطيع الأيدي كان نتيجة عنصر المفاجأة في عرض السلعة والدهشة .

5- عرض السلعة من كل الجوانب ليقنع بها المتلقي فقالت له استدر أمامهن .

تفسير القرطبي:

أضاف القرطبي إلي ما قاله ابن كثير عدة نقاط ، هي :

1- هؤلاء النسوة هن: امرأة ساقى العزيز، وامرأة خبازه، وامرأة صاحب دوابه، وامرأة صاحب سجنه. وقيل: امرأة الحاجب؛ عن ابن عباس وغيره.

2- (فلما سمعت بمكرهن) أي بغيبتهن إياها، واحتيالهن في ذمها. وقيل: إنها أطلعتهن واستأمنتهم فأفشين سرها، فسمي ذلك مكرًا.

3- وقوله: (أرسلت إليهن) في الكلام حذف أي أرسلت إليهن تدعوهن إلي وليمة لتوقعهن فيما وقعت فيه. وأرسلت إليهن أن يحضرن طعامها ولا تتخلف منكن امرأة ممن سميت. قال وهب بن منبه: إنهن كن أربعين امرأة فجئن على كره منهن .

4- أثر رؤية يوسف عليهن: اختلف في معنى (أكبرنه) فروى جوبير عن الضحاك عن ابن عباس: أعظمه وهينه؛ وعنه أيضا أمين وأمذين من الدهش؛ ... وقال ابن سمعان عن عدة من أصحابه: إنهم قالوا أمذين عشقا؛ وهب بن منبه: عشقته حتى مات منهن عشر في ذلك المجلس دهشا وحيرة ووجدا بيوسف. وقيل: معناه حضن من الدهش؛ قاله قتادة ومقاتل والسدي؛ ... سعيد بن جبير: لم يخرج عليهن حتى زينته، فخرج عليهن فجأة فدهشن فيه وتحيرن لحسن وجهه وزينته وما عليه، فجعلن يقطعن أيديهن، ويحسبن أنهن يقطعن الأترج؛ قال مجاهد: قطعنها حتى ألقينها. وقيل: خدشنها .

5- تحليل العبارة الإشهارية: (وقلن حاش لله) أي معاذ الله ...
أمعاني جملة (ما هذا ببشر) ذكره الغزنوي. قال القشيري أبو نصر: وذكرت النسوة أن صورة يوسف أحسن من صورة البشر بل هو في صورة ملك؛ وقال الله تعالى: ﴿لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ﴾ [التين: 4] .

والجمع بين الآيتين أن قولهن (حاشا لله) تبرئة ليوسف عما رمته به امرأة العزيز. من المراودة، أي بعد يوسف عن هذا؛ وقولهن (لله) أي لخوفه، أي براءة لله من هذا؛ أي قد نجا يوسف من ذلك، فليس هذا من

الصورة في شيء؛ والمعنى: أنه في التبرئة عن المعاصي كالملائكة؛ فعلى هذا لا تناقض .

ب - وقيل: المراد تنزيهه عن مشابهة البشر في الصورة لفرط جماله. وقوله: (لله) تأكيد لهذا المعنى؛ فعلى هذا المعنى قالت النسوة ذلك ظنا منهن أن صورة الملك أحسن .

ج - وأيضا أهل العرف قد يقولون في القبيح كأنه شيطان، وفي الحسن كأنه ملك؛ أي لم ير مثله؛ لأن الناس لا يرون الملائكة؛ فهو بناء على ظن في أن صورة الملك أحسن، أو على الإخبار بطهارة أخلاقه وبعده عن التهم.. (إن هذا إلا ملك) أي ما هذا إلا ملك .

د - معنى قراءة (ما هذا بشرى) بكسر الباء والشين، أي ما هذا عبدا مشترى، أي ما ينبغي لمثل هذا أن يباع، فوضع المصدر موضع اسم المفعول، كما قال: ﴿أَحِلَّ لَكُمْ صَيْدُ الْبَحْرِ﴾ [المائدة: 96]، أي مصيده وشبهه كثير .

* ويجوز أن يكون المعنى: ما هذا بثمن أي مثله لا بثمن ولا يقوم؛ فيراد بالشراء على هذا الثمن المشتري به كقولك: ما هذا بألف إذا نفيت قول القائل: هذا بألف. فالباء على هذا متعلقة بمحذوف هو الخبر كأنه قال: ما هذا مقدرًا بشراء .

* وقراءة العامة أشبه؛ لأن بعده (إن هذا إلا ملك كريم) مبالغة في تفضيله في جنس الملائكة تعظيما لشأنه، ولأن مثل (بشرى) يكتب في المصحف بالياء⁽¹⁾ .
تفسير الألوسي:

وقد أضاف الألوسي إلى ما سبق النقاط الآتية:

1- المقصود بالمكر (فلما سمعت بمكرهن) أي باغتيابهن وسوء مقالتهن وتسمية ذلك مكرًا لشبهه له في الإخفاء، وقيل: كانت استكتمتهن سرها فأفشينه وأطلعن أمرها، وقيل: إنهن قصدن بتلك المقالة إغصابها حتى تعرض عليهن يوسف لتبدي عذرها فيفزن بمشاهدته، والمكر على هذين القولين حقيقة .

2- المفاجأة لحظة خروجه: والظاهر أنها لم تأمره بالخروج إلا لمجرد أن يرينه فيحصل مرامها، وقيل: أمرته بالخروج عليهن للخدمة أو للسلام وقد أضمرت مع ذلك ما أضمرت، يحكى أنها البسته ثيابا بيضا في ذلك اليوم لأن الجميل أحسن ما يكون في البياض (فلما رأينه) عطف على مقدر يستدعيه الأمر بالخروج وينسحب عليه الكلام أي

(1) تفسير القرطبي: ج5، ص3405 - 3412.

فخرج عليهن فرأينه، وإنما حذف على ما قيل: تحقيقاً لمفاجأة رؤيتهن كأنها تفوت عند ذكر خروجه عليهن .

3- رد فعل النسوة:

أ- (أكبرنه) أي أعظمه ودهشن برؤية جماله الفائق الرائع الرائق، فإن فضل جماله على جمال كل جميل كان كفضل القمر ليلة البدر على سائر الكواكب... وحكى أنه عليه السلام كان إذا سار في أزقة مصر تلاً على وجهه على الجدران كما يرى نور الشمس... معنى أكبرن حضن (وقطعن أيديهن) أي جرحنها بما في أيديهن من السكاكين لفرط دهشتهم وخروج حركات جوارحهن عن منهاج الاختيار حتى لم يعلمن بما عملن ولم يشعرن بما ألم ما نالهن .

ب - (لله ما هذا بشراً) نفين عنه البشرية لما شاهدن من جماله الذي لم يعهد مثاله في النوع الإنساني، وقصرهن على الملكية بقولهن: (إن هذا) أي ما هذا (إلا ملك كريم) أي شري كثير المحاسن بناء على ما ركز في الطباع من أنه لا حي أحسن من الملك كما ركز فيها أن لا أقبح من الشيطان، ولذا لا يزال يشبه بهما كل متناه في الحسن والقبح وإن لم يرهما أحد⁽¹⁾ .

تفسير الرازي:

أضاف الرازي بعض النقاط الآتية:

تلخيص الرازي القصة: " ثم نقول: حاصل ذلك أنها دعت أولئك النسوة وأعدت لكل واحدة منهن مجلساً معيناً وآتت كل واحدة منهن سكيناً أي لأجل أكل الفاكهة أو لأجل قطع اللحم، ثم إنها أمرت يوسف عليه السلام بأن يخرج إليهن ويعبر عليهن وأنه عليه السلام ما قدر على مخالفتها .

أسباب تقطيعهن أيديهن: وقطعن أيديهن كناية عن دهشتهم وحيرتهن، والسبب في حسن هذه الكناية أنها لما دهشت فكانت تظن أنها تقطع الفاكهة وكانت تقطع يد نفسها، أو يقال: إنها لما دهشت صارت بحيث لا تميز نصابها من حديدتها وكانت تأخذ الجانب الحاد من ذلك السكين بكفها فكان يحصل الجراحة في كفها...
المسألة الثانية: اتفق الأكثرون على أنهن إنما أكبرنه بحسب الجمال الفائق والحسن الكامل، قيل: كان فضل يوسف على الناس في الفضل والحسن كفضل القمر ليلة البدر على سائر الكواكب ...

(1) روح المعاني: ج7، ص310 - 317.

1- وعندي أنه يحتمل وجهاً آخر؛ وهو أنهم إنما أكبرنه لأنهن رأين عليه نور النبوة وسيما الرسالة وآثار الخضوع والاحتشام، وشاهدن منه مهابة النبوة وهيئة الملكية، وهي عدم الالتفات إلى المطعوم والمنكوح وعدم الاعتداد بهن، وكان الجمال العظيم مقرونا بتلك الهيبة والهيبة؛ فتعجبين من تلك الحالة فلا جرم أكبرنه وعظمنه، ووقع الرعب والمهابة منه في قلوبهن، وعندي أن حمل الآية على هذا الوجه أولى.

2- فإن قيل: فإذا كان الأمر كذلك فكيف ينطبق على هذا التأويل قولها: ﴿فَذَلِكُنَّ الَّذِي لُمْتُنَّنِي فِيهِ﴾ [يوسف: 32]، وكيف تصير هذه الحالة عذراً لها في قوة العشق وإفراط المحبة؟

قلنا: تقرر أن الممنوع متبوع فكأنها قالت لهن مع هذا الخلق العجيب وهذه السيرة الملكية الطاهرة المطهرة، فحسنه يوجب الحب الشديد، وسيرته الملكية توجب اليأس عن الوصول إليه، فلهذا السبب وقعت في المحبة والحسرة والأرق والقلق، وهذا الوجه في تأويل الآية أحسن، والله أعلم.

3- قوله: (مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ) فيه وجهان: الوجه الأول: وهو المشهور أن المقصود منه إثبات الحسن العظيم له قالوا: لأنه تعالى ركز في الطباع أن لا حي أحسن من الملك، كما ركز فيها أن لا حي أقبح من الشيطان، ولذلك قال تعالى في صفة جهنم ﴿طَلَعَهَا كَائِدَةٌ رُءُوسُ الشَّيَاطِينِ﴾ [الصافات: 65] وذلك لما ذكرنا أنه تقرر في الطباع أن أقبح الأشياء هو الشيطان فكذا ههنا تقرر في الطباع أن أحسن الأحياء هو الملك، فلما أرادت النسوة المبالغة في وصف يوسف بالحسن لا جرم شبهنه بالملك.

والوجه الثاني: وهو الأقرب عندي أن المشهور عند الجمهور أن الملائكة مطهرون عن بواعث الشهوة وجواذب الغضب ونوازع الوهم والخيال.

فطعامهم توحيد الله تعالى وشرابهم الثناء على الله تعالى، ثم إن النسوة لما رأين يوسف عليه السلام لم يلتفت إليهن ألبتة ورأين عليه هيبة النبوة وهيئة الرسالة، وسيما الطهارة قلن إنا ما رأينا فيه أثراً من أثر الشهوة ولا شيئاً من البشرية ولا صفة من الإنسانية، فهذا قد تطهر عن جميع الصفات المغرورة في البشر، وقد ترقى عن حد الإنسانية

ودخل في الملكية (1) أضاف الرازي سببا جديدا لانبهارهن بيوسف وهو نور النبوة، ولم يذكره أحد غيره من المفسرين .
تفسير النسفي:

1- حاشا: فمعنى حشا الله براءة الله وتنزيهه الله... المعنى تنزيهه الله من صفات العجز والتعجب من قدرته على خلق جميل مثله .
2- الصورة المتخيلة له: نفين عنه البشرية لغرابة جماله واثبتن له الملكية وبتتن بها الحكم لما ركز في الطباع أن لا أحسن من الملك كما ركز فيها أن لا أقبح من الشيطان، قالت: فذلكن الذي لمتنتني فيه... تقول هو ذلك العبد الكنعاني الذي صورتن في أنفسكن ثم لمتنتني فيه تعني إنكن لم تصورنه حق صورته وإلا لعذرتني في الافتتان به (2) .
تعليق على قول النسفي: نستنتج من كلامه أمرين: الأول أنه أشار إلى البنية التصويرية للإنسان عن الملك والشيطان، فالملك هو النموذج الذهني الأول للجمال، والشيطان النموذج الأول للقبح لدى كل البشر. والأمر الثاني أن ما جاءت به النسوة إلى المجلس من صورة في البنية التصويرية عن يوسف لا تقارب ولا تماثل ما رأيته من جماله، وهنا يبدو رفضهن لتلك الصورة التي جاءت معهن من خلال تلك الصيحة (حاشا لله) فما وجدناه أعظم مما نظنه .
تفسير المراغي:

المراغي من المفسرين المعاصرين الذين تناولوا القضية من عدة جوانب:

1- أن الآيات لم تشر إلى عدد النسوة، لأن العبرة ليست في حاجة لذلك .

2- مكر النسوة (فَلَمَّا سَمِعَتْ بِمَكْرِهِنَّ) أي فلما سمعت مقاتلتهن التي يردن بها إغصابها حتى تريهن يوسف إبداء لمعذرتها فينلن ما يبغين من رؤيته، وقد كان من المتوقع أن تسمع ذلك لما اعتيد بين الخدم من التواصل والتزاور، وهن ما قلنه إلا لتسمعه، فإن لم يتم لهن ما أردن احتلن في إيصاله، وقد كان ما أردن كما قال (أرسلت إليهن وأعدت لهن مأكلا وأنت كل واحد منهن سكيناً) أي مكرت بهن كما مكرن بها، ودعتهن إلى الطعام في دارها وهيأت لهن ما يتكئن عليه من كراسي وأرائك كما هو المعروف في بيوت العظماء، وكان ذلك في حجرة

(1) التفسير الكبير: المجلد التاسع، ج18، ص105-106.
(2) تفسير النسفي: النسفي، دار إحياء الكتب العربية، فيصل عيسى البابي الحلبي، بدون تاريخ، المجلد الأول: ج2، ص221.

المائدة وأعطت كل واحدة منهن سكيناً لتقطع بها ما تأكل من لحم وفاكهة .

3- عند خروجه: (وَقَالَتْ أَخْرِجْ عَلَيَّهِنَّ) أي وأمرته بالخروج عليهن، وفي هذا إيحاء إلى أنه كان في حجرة في داخل حجرة المائدة التي كن فيها محجوبا عنهن، وقد تعمدت إتماماً للحيلة والمكر بهن أن يفجأهن وهن مشغولات بما يقطعنه ويأكلنه علما منها بما يكون لهذه المفاجأة من الدهشة، وقد تم لها ما أرادت .

4- أثر رؤيته عليهن: (فَلَمَّا رَأَيْتَهُ أَكْبَرْنَهُ وَقَطَّعْنَ أَيْدِيَهُنَّ) أي فخرج عليهن فلما رأينه أعظمه ودهشن لذلك الجمال البارع وذهلن فقطعن أيديهن بدلا من تقطيع ما يأكلن ذهولا عما يعملن أي فجرحنها بما في أيديهن من السكاكين لفرط دهشتهن وخروج حركات الجوارح عن منهاج الاختيار حتى لم يشعرن بما عملن، ولا ألمن لما نالهن من أذى، واستعمال القطع بمعنى الجرح كثير في كلامهم، فيقولون كنت أقطع اللحم فقطعت يدي، يريدون فأخطأتها فجرحت يدي حتى كدت أقطعها .

5- مقولتهن: (وَقُلْنَ حَاشَ لِلَّهِ مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ) أي وقلن هذا على نهج التعجب والتنزيه لله تعالى أن يكون هذا الشخص الذي لم يعهد مثاله في جماله ولا في عفته من النوع الإنساني، إن هو إلا ملك تمثل في تلك الصورة البديعة التي تطلب الأبصار وتدهش الأبصار .

6- تعقيب المرأة على قولهن: (قَالَتْ فَذَلِكُنَّ الَّذِي لُمْتُنَّنِي فِيهِ) أي

حينئذ قالت لهن:

إذا كان الأمر ما رأيتهن بأعينكن وما أكبرتن في أنفسكن وما فعلتن بأيديكن وما قلتن بألسنتكن، فذلكن هو الذي لمتنني فيه وأسرفتن في لومي وتعنيفي وقلتن فيما قلتن، فما يوسف بالعبد العبراني أو المملوك الكنعاني ولا بالخادم الصعلوك الذي شغف مولاته حبا وغراما وراودته عن نفسه ضلالا منها وهياما، بل هو ملك تجلّى في صورة إنسان، فماذا أنتن قائلات في أمري، وهو المالك لسمعي وبصري، وإني لأراه بشرا سويا إنسيا لا جنيا وجسدا لا ملكا روحانيا، فأتصّباه بكل ما أملك

من كلام عذب، فلا يصبو إلي ولا يظهر نحوى عطفاً، ولا يرفع إلي طرفاً (1).

قال الإمام الشعراوي:

أثر التخيل في قبول الصورة وتحديد مقاييس الجمال كما يرى

الشيخ:

ذكر الإمام في أحاديثه بعضاً من الخواطر في هذه الإشهار نذكر

منها:

يقول: ﴿وَأَعْتَدَتْ لَهُنَّ مُتَّكِنًا وَآتَتْ كُلَّ وَاحِدَةٍ مِّنْهُنَّ سِكِّينًا﴾

[يوسف: 31] قد خططت لتكشف وَقَعَ رؤية يوسف عليهن، فقَدَّمَتْ لكل

منهن سكيناً؛ وهو ما يوحي بأن هناك طعاماً سوف يؤكل.

﴿وَقَالَتْ أَخْرِجْ عَلَيَّ فَلَمَّا رَأَيْتُهُ أَكْبَرْتُهُ﴾ [يوسف: 31]، ويُقال:

أكبرت الشيء كأنك قد تخيلته قبل أن تراه على حقيقته وقد يكون خيالاً

قد رسم له صورة جميلة، إلا أنك حين ترى الشيء واقعاً؛ تكبر

المرائي عن التخيل.

والمثل أن إنساناً قد يُحدِّثك بخير عن آخر؛ ولكنك حين ترى هذا

الآخر تُفاجأ بأنه أفضل مما سمعت عنه، وهُنَّ حين آذَيْنَ امرأة العزيز

بتداول خبر مُراودتها له عن نفسه، تخيلن له صورة ما من الحُسن،

لكنهنَّ حين رأينه فاقت حقيقته المرئية كل صورة تخيلنها عنه؛ فحدث

لهنَّ انبهار.

أول مراحل الانبهار هي الذهول الذي يجعل الشيء الذي طرأ

عليك يذهلك عما تكون يصدده؛ فإن كان في يدك شيء قد يقع منك.

﴿فَلَمَّا رَأَيْتُهُ أَكْبَرْتُهُ وَقَطَعْنَ أَيْدِيَهُنَّ وَقُلْنَ حَاشَ لِلَّهِ مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ

هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ﴾.

وكلمة: (حَاشَ...) هي تنزيه لله سبحانه عن العجز عن خلق هذا

الجمال المثالي، أو أنهنَّ قد نَزِهْنَ صاحب تلك الصورة عن حدوث

منكر أو فاحشة بينه وبين امرأة العزيز، أو أن يوسف عليه السلام لا

بد أن يكون قد خرج عن صورة أرقى من صورة الإنس التي

يعرفنها؛ فقلن: لا بد أنه مَلَكٌ كريم. وصورة الملك كما نعلم هي صورة

(1) تفسير المراغي: أحمد المراغي، مطبعة مصطفى البابي مصر، ب ت، ج 13، ص 139.

مُتَخَيِّلَةٌ؛ والإنسان يحكم على الأشياء المُتَخَيِّلَةَ بما يناسب صورتها في خياله، مثلما نتخيل الشيطان كأبشع ما تكون الصورة.

والبشاعة نفسها تختلف من واحد إلى آخر؛ فما تراه بشيعاً قد لا يراه غيرك كذلك؛ لأن مقاييس القبح أو الجمال تختلف من أمة إلى أخرى. فالمرأة الجميلة في أواسط أفريقيا في نظر الرجل هي ذات الشفاه الغليظة جداً؛ أو صاحبة الشعر المُجَعَّد والمُتموج.

إذن: فالجمال يُقاس بالأذواق؛ هذا يرى جمالاً قد يراه غيره غير هذا؛ وذاك يرى جمالاً لا يراه غيره كذلك.

والحق سبحانه يقذف معايير الجمال في النفس الإنسانية على قَدَرِ مَقَوِّمات الالتقاء في الانسجام.

إذن: فحين رأت النسوة يوسف عليه السلام؛ قُلْنَ: (مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ) وهذا يعني أن يوسف هو الصورة العليا في الجمال التي لا يوجد لها مثيل في البشر. وبعد ذلك يقول الحق سبحانه ما جاء على لسان امرأة العزيز رداً عليهن: (قَالَتْ فَذَلِكُنَّ) (1).

تعقيب على رأي الشيخ لشعراوي:

هذا التحليل الرائع للشيخ العظيم وضح عدة أمور يجب إبرازها مستقلة فهي تبين مدى فهم الرجل للقضية بصورة دقيقة وعميقة تواكب أفضل النظريات الحديثة التي تتخذها كآليات تحليل، لهذا يجب تلخيص كلامه في نقاط هي:

1- خطة المرأة في عرض المنتج: ذكر أن هذا العمل كان مخططاً منها حيث دعتهن وأعدت مسرح الأحداث بنفسها؛ لتكتشف وقع رؤية يوسف عليهن .

2- أثر الصورة الخيالية: أشار الشيخ إلى هذه الصورة، وقارن بينها وبين الصورة الواقعية ليوسف، فجعل ليوسف صورتين: الأولى: في خيالهن عن يوسف قبل اللقاء به: (أنها صورة ما من الحسن) — << الثانية: صورة واقعية له بعد رؤيته فوجدن أنها تفوق صورة البشر، فوضعه في ضمن جنس آخر هو الملك .

3- الفرق بين الواقع والخيال: قارن الشيخ بينهما، وأثر الخيال في صناعة صورة للشيء قد تفوق الواقع، وقد يكون الواقع أفضل منها كما في يوسف .

(1) من أحاديث الشيخ الشعراوي المسجلة على الشبكة العنكبوتية (الانترنت) .

4- مراحل رؤية الشيء المبهر: رأى أننا عندما نرى شيئاً مبهرًا يحدث لنا :

(أ) تبدأ عملية الذهول .

(ب) فقد السيطرة على الحواس، فيقع ما في أيدينا.

(ج) القول: جاء القول نتيجة بحثهن بعقولهن عن مثيل له فلا يجدن إلا الملك

5- مقاييس الجمال: حلل مقاييس الجمال، وبين اختلافها في الزمان والمكان. هذا العرض المسهب لأقوال المفسرين سيكون لنا زادا نستعير منه الأفكار التي نحلل في ضوءها هذا الإشهار، حيث تضمنت أقوالهم كثيرا من الآلاء الحديثة التي يجب إدخالها في التحليل .
ثانيا: الدراسات الحديثة:

نحاول استعراض هذا الإشهار في إطار الدراسات الحديثة مع الاسترشاد بأراء المفسرين السابقة لتوضيح هذا الإشهار .

1- الإشهار والتواصل:

أ- الغاية منه: إن الغاية غير المعلنة للإشهار هي التواصل مع الآخرين وتفاعلهم معا، فهذا الإشهار أجاب عن تساؤل بين النسوة عن سبب إعجاب زوجة العزيز بيوسف، بل هو مطلب المجتمع المحيط بهم وقد أجابت على ذلك السؤال، بل أقنعتهم وجعلتهم يعطونها المبرر لفعلها بقولهم: ما هذا بشرا إن هذا إلا ملك كريم، وفي ذلك إشهار منهن لهذه السلعة، فتبدو القيمة العالية لهذا الشيء بتوافق المجتمع عليه، وهو نجاح للإشهار لنجاح للمنتج .

ب - آليات الإقناع: إن الإقناع نشاط الغاية منه التأثير في الآخر، وهو يقوم على المثلث الحجاجي الذي يؤدي إلى الإقناع بالرأي، فالرأي تصورات عامة تتبناها الحشود لتفسر سلوكا اجتماعيا ما، دون أن يكون هناك ما يؤكد صحة هذا السلوك، أو مقبوليته خارج ما تعارف عليه الناس، فالرأي يتغذى على ما تتبناه الجموع البشرية وتعتقد في صحته، لهذا فهو لا يستند إلى فكر يمكن الرجوع إليه كمرجعية ثابتة للقياس والتصديق، بل يتغذى من ردود أفعال انفعالية يمكن استثارتها وتكييفها وشرطها⁽¹⁾ .

(1) الصورة الإشهارية: 189.

إذن ما هي آليات الإقناع التي استخدمتها هذه المرأة هنا لتصنع رأيا لدى هؤلاء النسوة اللاتي أتيناها في ثوب اللائعات المنتقادات لسلوكها؟! إن آليات الإقناع في هذا الحدث تمثلت في:

أ- **التخطيط الجيد** لهذا العمل الذي بدأ بعنصر المفاجأة، الذي استثار انفعال الدهشة والاستغراب بل الأنهار، فخلق لديهن ردود أفعال انفعالية متتالية في التو واللحظة وقد ظهرت هذه الانفعالات من خلال عدة أشياء:

1- **صيحة انفعالية:** في قوله تعالى (أكبرنه) من خلال صيحة إكبار وتعظيم، وهي صيحة تلقائية عفوية يصدرها كل إنسان يرى ما يبهره ويدهشه .

2- **الفاعل:** حيث قطعن أيديهن بالسكين غير متعمدات فعل ذلك، لكن لأنهن فقدن الإدراك والشعور بما بين أيديهن (كما قال المفسرون) فقد انبهارهن به، فلم يرين سواه ولم يشعرن بما حولهن لهول المفاجأة .

3- **القول:** وتمثل في قولهن (حاشا لله ما هذا بشرا...) وهي عبارة إشهارية عن هذا المنتج الذي بهرن فأتت بصورة تلقائية عفوية، دون تفكير مسبق أو ترو قبل النطق بها، فقد سجلها القرآن الكريم بنصها حرفيا دون تقديم أو تأخير أو حذف ليبدو الانفعال فيها واضحا كما صدر عنهن، فبدأت بتعظيم الله الذي أبدعه وصوره ثم نفين التصنيف البشري عنه فلا يدخل هذا الشيء ضمن الصنف البشري، بل يرتقي إلى صنف آخر أعلي لم يره البشر .

ب - **عناصر التخطيط** لهذا الحدث المفاجئ للنسوة: في إطار عبارة (آليات الإقناع تعتمد على ردود أفعال انفعالية يمكن استثارتها وتكييفها وشرطها) فقد أحسنت المرأة الإعداد للوصول للانفعال السابق بـ:

1- تقديم الدعوة الشخصية لهن من سيدة القصر، وهو قمة التكريم لهن .
2- إعداد الطعام لهن والإشراف الشخصي من قبل سيدة القصر على ذلك .

3- وضعت طعاما يؤكل بالسكين ضمن الأطعمة المقدمة لهن .
4- عرض المنتج (يوسف) بصورة عفوية ودون مقدمات تلفت الانتباه إليه .

5- ترك جودة المنتج تعلن عنه فتشدد الانتباه إليه فيكون الاقتناع به أكبر .
6- الانتظار بالقرب من مسرح الحدث لسماع قولهن والرد الفوري عليهن .

صنع الرأي: كونت المرأة هذا الرأي لديهن وصنعت به آليات الإقناع السابقة، من خلال ردود أفعال انفعالية تم استثارتها وتكييفها ووضع شروطها، لتصل إلى نتائج إقناعية مبهرة، صنعتها هذه المرأة بمكرها، فكان هذا الرأي الذي تبنته وأوصلته إليهن، هو جواز الخروج على السلوك الاجتماعي المعروف لدى أبناء هذه الطبقة الراقية من العالي، والترفع، والنظر في كبر واستعلاء إلى هذه الطبقة الدنيا (العبيد) إلى مخالطتهم وحبهم والتقرب منهم، بل حب أميرة القصر لأحدهم ومرادته عن نفسه، تم تفسير هذا السلوك الاجتماعي الجديد والغريب في ضوء هذا الرأي الذي كونته لديهن، فيصبح هذا الرأي سلوكاً مقبولاً اجتماعياً تنادي به جموع نساء هذه الطبقة العليا، وهذا الرأي قد تغذى على ما تبنته الجموع واعتقدت في صحته، فهو لا يستند على فكر سليم يعد مرجعاً ثابتاً لصحته وتصديقه والقياس عليه، بل يتغذى على ردود أفعال انفعالية تصنعه بشروطها الخاصة .

ج - اللغة المنطوقة وغير المنطوقة:

1- اللغة المنطوقة:

تعد اللغة الوسيلة الكبرى الأساسية في الإشهار، فهي وسيلة التواصل - غالباً - في كل إشهار، حيث تصور لنا طبيعة المنتج في كلمات قليلة ذات صفات خاصة، تخلق لنا صورة في الخيال بتلك الكلمات، إن اللغة أقوى في الإشهار من الصورة الواقعية؛ لأن الثانية تحدد الخيال بل تقتله، فاللغة تخلق الخيال وتنميه في الذهن بطريقة لا يتوقعها المتلقي ولا ترد على ذهنه عن السلعة . لكن في هذا الإشهار نجد الصورة تسيطر على عملية الإقناع به حيث تتفوق الصورة على ما في الخيال من توقعات وتصورات، فآليات الإقناع التي تقوم على الصورة، تفوقت على اللغة بكلماتها وأدواتها البلاغية وغير البلاغية .

الخصائص اللغوية للعبارة الإشهارية:

العبارة الإشهارية هنا: ﴿وَقُلْنَ حَاشَ لِلَّهِ مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ﴾ [يوسف: 31] .

الجملة قصيرة: (حاشا لله) (ما هذا بشرا) (إن هذا إله كريمة).
الجملة تقريرية: فهي تقرر صفات في يوسف وربه، في جملة متوالية.

المحسنات البلاغية: أسلوب القصر بالنفي والاستثناء قصر صفته على الملك، وقد استعان هذا الإشهار باللغة في توصيل صورته إلى

المتلقي من خلال كلماتها وأدواتها المختلفة، يمكن ملاحظة عمل اللغة ودورها في هذا الإشهار باستعراض الجمل التي وردت فيه، وبيان قيمة كل جملة وكلمة في توصيل المعنى المراد؛ مع الاستعانة بظهير لنا قوى، هو آراء المفسرين لبيان أن ما وصلنا إليه من آراء قد سبقنا به علماءنا وشيوخنا الأجلاء .

﴿وَقَالَ نِسْوَةٌ فِي الْمَدِينَةِ﴾:

قال الرازي: لماذا قال الحق (قال نسوة)، ولم يقل (قالت نسوة) قلنا لوجهين:

الأول: أن النسوة اسم مفرد لجمع المرأة، وتأنيته غير حقيقي، فلذلك لم يلحق فعله تاء التأنيث .

الثاني: تقديم الفعل يدعو إلى إسقاط علامة التأنيث على قياس إسقاط علامة التثنية والجمع⁽¹⁾ جاء الفعل الماضي للدلالة على أنها قصة تقص علينا وكلمة نسوة نكرة للتجهيل حتى لا يحدد ويفضح، وهو علامة على شيوع الخبر، ولكن لا يمكن تحديد من قالت من نساء المدينة .

﴿امْرَأَةٌ أَعْرِيزُ تَرَاوِدُ فَتَاهَا عَنْ نَفْسِهِ قَدْ شَغَفَهَا حُبًّا إِنَّا لَنَرَاهَا فِي

ضَلَالٍ مُّبِينٍ﴾:

امرأة العزيز: جاءت الإشارة إليها دون تعظيم لها؛ مما يدل على قوة علاقتها مع النسوة، أو لأنها من عامة الناس الذين لا يمجدونهم في حديثهم .

تراود: فعل مضارع إشارة إلى استمرارها في مرآوته إلى وقت حديثهن

فتاها: لبيان مكانته وإضمار اللوم لها على فعلها ما لا يليق مع عبدها .

شغفها حبا: إشارة لوصول حبه إلى غشاء قلبها، وقد للتحقيق وتأكيد ذلك .

إننا لنراها: تأكد الفعل أرى الذي لا يعنى الرؤية، بل الرأي بـ إن واللام .

(1) تفسير الرازي: المجلد التاسع، ج18، ص103.

﴿فَلَمَّا سَمِعَتْ بِمَكْرِهِنَّ أَرْسَلَتْ إِلَيْهِنَّ وَأَعْتَدَتْ لَهُنَّ مُتَّكَأً وَآتَتْ كُلَّ وَاحِدَةٍ مِّنْهُنَّ سِكِّينًا وَقَالَتِ اخْرُجْ عَلَيْهِنَّ فَلَمَّا رَأَيْنَهُ أَكْبَرْنَهُ وَقَطَّعْنَ أَيْدِيَهُنَّ وَقُلْنَ حَاشَ لِلَّهِ مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلَّا مَلَكٌ كَرِيمٌ﴾:

سمعت: استخدام الفعل سمع الماضي دليل على انتشار الخبر وشيوعه .

بمكرهن: الانتقال من (قولهن) في بداية الحدث إلى (مكرهن) في نهايته هو تحول من الفعل إلى وصف الفعل الذي هو وصف لحقيقة قولهن أنه ماكر .

أرسلت: إشارة إلى تعظيمها لهن؛ رغم مكرهن بها، وحثاً لهن على الحضور .

ملاحظة صوتية:

الأفعال (سمعت، أرسلت، أعتدت، آتت، قالت) أحدثت تكرار التاء في نهاية كل هذه الأفعال انسجاماً صوتياً أدى إلى نغم خفي في الآية، فهو إيقاع واحد ملازم لنهاية كل فعل على التوالي، فهو ضربة على طبلة منتظمة متكررة .

نون النسوة: كذلك تكرار ضمير النسوة (هُنَّ) المكون من مقطعين صوتيين أحدث الأثر نفسه في كلمات: مكرهن، إليهن، لهن، منهن، أيديهن، قلن .

إسناد الأفعال السابقة إلى امرأة العزيز والنسوة وضح مدى اهتمامها بهن، واقتصار الحدث عليهن، فاختفي من الصورة أي شخص بالمرح الحدث .

اخرج عليهن: دل على أنهما كانا في مكان قريب من النسوة ومختفيان عنهن فأعطت الأمر له بالخروج بعيداً عن مسرح الحدث؛ ليقلن رأيهن بحرية تامة، وهي أيضاً قريبة من مسرح الحدث لتسمع قولهن وتعقب عليه في التو واللحظة .

فلما رأينه: الفاء تشير لسرعة رد الفعل على الحدث دون فاصل بين خروجه ورد فعلهن على ذلك الخروج، وأن كل ما حدث الآن نتيجة لخروجه فقط .

أنواع السلوك الحادث عند خروجه: تنوع ما بين:

أ- رد الفعل حركي لا إرادي: تمثل في تغيرات فسيولوجية (حيث فُسر أكبرن بمعنى حزن) وعدم إدراك حركة السكين وهي تقطعن

أيديهن ولا للدم الذي ينزف من أيديهن وبين أرجلهن، هو قمة الذهول الذي غمرهن لحظةً ظهر .

ب - رد فعل كلامي: تمثل في صيحتها (في معنى آخر لأكبرن: أي عظمنه) بقولهن (حاشا لله...) هي العبارة الإشهارية اللغوية الوحيدة في هذا الموقف، وقد صدرت عن المتلقي وليس عن المشهر، وتلك العظمة في إشهارنا .

تتميز هذه العبارة بجمالها القصيرة، فكل جملة تحمل معنى إشهاريا مستقلا، جملة: حاشا لله؛ تعظيم ليوسف أن يأتي بفاحشة فهي لنفي الفاحشة عنه، ثم جملة: ما هذا بشرا؛ نفي البشرية عنه، وجملة: إن هذا الإله ملك كريم، رفع لمكانته فوق البشر، لما طبعوا عليه من أن الملائكة أعظم الخلق حسنا، وأن أقبح الخلق الشياطين (كما قال المفسرون) ذلك فيما استقر في عقل البشر .

2 - اللغة غير المنطوقة:

اللغة غير المنطوقة تشمل: اللغة الرمزية واللغة الإيحائية واللغة الانفعالية:

أ - اللغة الرمزية: في العبارة الإشهارية التي بين أيدينا كثير من الألفاظ التي حولتها اللغة إلى رموز بما تحمله من دلالات غير منطوقة نحو (حاشا لله) التي حملت رمزا إلى وجود معبود أعظم عند هؤلاء القوم؛ هو الله على الرغم من وجود شرك بالله لديهم متمثلة في آلهة كثيرة، لكن هناك الإله الأعظم الذي يذكر في مثل هذه المواقف الجليلة، وفي المحن والشدائد، واسمه معروف لديهم ومكانته .

ونحو قولهن: إن هذا الإله ملك كريم، رمز إلى ما استقر في الطبيعة البشرية من تصور الملك في الذهن قمة عظمى للجمال، وتصور للشيطان قمة القبح .

ونحو ملك كريم: رمزت إلى أن الملائكة درجات، وقد حاز يوسف أعلاها .

ونحو: وقلن، رمزت إلى تحول المتلقي إلى معلن عن السلعة وانبهاره بها

ب - اللغة الانفعالية: يعمل الإشهار بآليات إقناع مختلفة منها التأثير النفسي من خلال ما يعرف باللغة الانفعالية التي تختفي خلف منظومة متكاملة، تبدأ بالغاية الصريحة وتنتهي بالوضعية المضمره داخلها، إنه يتجاوز الوظيفة الاعلانية ليستثير داخل المستهلك انفعالات بعينها يقوده صاغرا إلى شراء المنتج، إن حجم الطاقة الانفعالية المودعة في

الإشهار هو الذي يحدد أدوات الإقناع، وكيفية التسلل إلى المناطق الأكثر هشاشة داخل المستهلك من خلال الوصول إلى اللا شعور عند المستهلك ومحاولة استنطاق كل الصور النمطية التي تتجاوز ردود فعل الفرد إلى ثقافة المجتمع، إنه يبحث في الذات البشرية عن الصور التي تختبئ في اللا شعور ليعمل على إيقاظها ويجعلها مخاطبه الوحيد، فتحدثه من خلال منتج ما عن السعادة، والعودة للشباب والصبا .

إننا أمام مشهر (زليخا) يعلن عن سلعته (يوسف) استطاع أن يلعب بمهارة على تلك الرغبات الدفينة في داخل المستهلك (النسوة) وهو عارف بها، وقد استطاعت استحضرها من لا شعورهن الخفي في شكل صورة واضحة لتلك الرغبات الكامنة في نفوس النسوة، وقد تم ذلك في الخطوات الآتية:

1- بعد علمها بقولهن أدركت الانفعال الداخلي لهن من شغفهن لرؤيته

2- فدعتهن لحفل تقديرا لهن، على الرغم مما بداخلهن من انفعال الشوق له .

3 - لم تخبرهن بالغرض الحقيقي وراء تلك الدعوة وما أضمرة لهن بمكر .

4- تزيين السلعة لعرضها في أجمل صورة عليهن، وقد فعلت هذا بيوسف .

5- الخروج المفاجئ له دون مقدمات جعلهن ينبهرن به فكان للمفاجأة أثرها:

أ- رسم صورة له تفوق الواقع إلى ما هو أعظم مما في خيالهن، إنه الملك .

ب - حدوث تغير فسيولوجي لهن في قوله: أكبرنه أي حضن، لهول المفاجأة.

ج - فُقدان الإدراك وغبن عن الوعي لشدة الانفعال، فلم يشعروا بالسكين .

د - وصفه بالقمة في الجمال، وقد أسعفتهم ثقافة مجتمعهن التي ترى في الملك قمة الجمال، ولهذا وصفه بهذا التصور بالملك .

على الرغم من هذا الانفعال الذي تحدثت عنه ، وما رسمه له من صورة في أذهانهم وهي صورة ملك إلا أن طبيعته البشرية لازالت

مستقرة بأذهانهم ، ولهذا انضممن إلي قائمة الراغبات فيه، واللائي يرادونه عن نفسه، ولذا قال عليه السلام:

﴿وَالْأَتَّصِرْفِ عَنِّي كَيْدَهُنَّ أَصْبُ إِلَيْهِنَّ وَأَكُنَّ مِنَ الْجَاهِلِينَ﴾

[يوسف: 33] .

فالرغبة فيه أصبحت جماعية، وأنهن يردنه جميعا. إنها عملية نفسية قامت على تسلل هذه المرأة الماكرة إلى إثارة انفعال دفين بداخلهن، اندفعن ليقولن ويفعلن ما هو معروف، قد ساعدها في الوصول لذلك جودة المنتج المبهرة .

ج - اللغة الإيحائية: يسعى الإشهار إلى خلق واقع جديد في نفوس الآخرين، يغطي على الواقع الفعلي أو يتجاوزه أو ينفيه، إنه يتسلل بمكر إلى فضاء المتخيل والفكر الاجتماعي، كما يتسلل إلى الأخلاق والعوالم الروحية لكي يسقط كونا جديدا، فيتحول إلى متحدت وحيد باسم اللذة والحلم والدين والخرافة وهو ما يعرف عند أصحاب الإشهار الجمالي بالفكر الموارب، وتلك خاصية من خصائص اللغة الإيحائية ذاتها (بالمعاني الثانية) فالتقرير مباشر وحرفي ونفعي ولا يستجيب سوى للحاجات الأولية التي يتطلبها الوجود الإنساني، أما الإيحاء فقيمة مضافة، إنه أبعاد جديدة ينفلت من خلالها الإنسان من إكراهات الغريزي والنفعي لكي ينتشي بذاته داخل عوالم متحررة من قوانين الفضاء والزمان... فخارج هذه القوانين نبيح لأنفسنا كل شيء نحلم بركوب الرياح ومعانقة الأمواج العاتية وامتلاك النجوم، وهي لغة يفضلها الإشهار... إنها تتجنب اللغة العارية التي تذكر بالنفعي لكي تحتفي بالعالم من خلال ما تقوله لغة ثانية، إن معاييرها هي معايير الشعر: محسنات بلاغية استعارات (1) .

إن اللغة الإيحائية في هذا الإشهار تعتمد على الصورة البصرية أولا، وهي صورة يوسف لحظة خروجه عليهن بما يحمله من جمال باهر فاق كل ما في اللغة من ألفاظ فعجزت أن تعبر عنه، ولذا كان الإيحاء هنا أت من اللغة البصرية، من خلال الصورة التي سيطرت على عقولهن وأفقدتهن القدرة على الإدراك لما حولهن فبدا أمامنا واقع جدي هو صورة الملك الكريم. لقد انطلق لسان هؤلاء النسوة بصيحات معلنات في لغة لفظية صريحة عن واقع جديد تكوّن في نفوسهن من

(1) الصورة الإشهارية: 199-200.

خلال رؤية الصورة بالتصريح الآتي: ليس هذا المخلوق من الجنس البشري بل ملك كريم، أوحى لهن به اللغة البصرية الموحية، فكانت العبارة اللفظية دليلاً على العبارة البصرية غير المنطوقة التي أوحى بها الصورة التي فاقت - كما قال المفسرون - ما كان في خيالهن، فلم يجدن في مخزونهن العقلي بالبنية التصورية لهن من صور البشر ما تماثل أو تقارب صورة يوسف، فأسغفتن ما لديهن من ثقافة وتراث الاجتماعي ليمدهن بمخزون آخر، استقر لدى كل البشر، ولدى هذا المجتمع كموروث ثقافي اجتماعي؛ أن هناك ما يفوق جمال البشر، وهو جمال الملك على الرغم من أنهن لم يرينه قط، ولا أحد من مجتمعهن .

لقد أضحت اللغة البصرية وحدها هنا متمثلة في صورة يوسف ممثلاً للغة الإيحائية بل أبلغ وأدل على المعنى المقصود، وأكثر إقناعاً للآخرين من اللغة اللفظية، بل إنها توحى باللغة اللفظية؛ فتجعل المتلقي ينطق بتلك اللغة اللفظية التي لم تصرح بها الصورة قط بل أوحى بها إليه .

إلى جانب ما سبق فإن اللغة الموحية عملت في جمل العبارة الإشهارية، أوحى بمعان لم تُتطرق، فقولهن: حاشا لله؛ أوحى بمدى تعظيمهن وانبهارهن بتلك الصورة فيفهم منها أنه جمال فاق الخيال، وأنهن قلن: ما أجمله!، وكذا عبارة: ما هذا بشراً، أوحى أنه ينتمي إلى جنس آخر من الخلق ربما يكون شيطاناً أو غير ذلك من خلق الله، فتلحقها الجملة الثانية قائلة: إن هذا إلا ملك كريم لتحدد جنسه - كما في ظنهن - وصفة هذا الجنس الملائكي أنه من جنس الملائكة الكرام .

هذه العبارة الإشهارية صنعت لنا عالماً خيالياً جديداً، يلج فيه المتلقي ليحيا معه في داخل ذلك العالم الملائكي، هذا ما نعنيه بأن اللغة الموحية تخلق في ذهن المستمع عالماً من الخيال يتحرر فيه من قوانين الواقع وقيوده، وهو يتسرب إلى داخل الذهن في مكر وهدوء لا يشعر به أحد .

د - الفضاء الذهني:

إننا لفهم عمل الفضاء الذهني في هذه الصورة لا بد أن نستدعي إلى ذهننا صورتين مختلفتين، ونقارن بينهما ليتضح عمل الفضاء الذهني هنا .

الصورة الأولى: إنها صورة يوسف في أذهان هؤلاء النسوة قبل أن يأتين إلى بيت امرأة العزيز فقد سمعن عنه وأردن رؤيته، فقد تصورنه وبنين له صورة في البنية التصويرية لهن هي صورة عبد كنعاني عبراني قادم من الصحراء يعلوه غبار البادية وتكسوه خشونة الصحراء ورمالها، يعمل عبداً عند سيده، أنهكته أُنقال العمل المستعبد فيه كخادم لسيدته ربما به مسحة من جمال، هذا منتهى الأمل فيه، لا يرقى إلى درجة أن تقع في حبه سيدة شريفة زوجة عزيز مصر، لا يستحق أن يحتل في قلبها مكان الشغاف لما لها من مكانة وجمال وثناء يزيدان حسناً، تلك صورة يوسف في الفضاء الذهني لهن قبل مجيئهن إلى القصر، هذا ما في الفضاء الذهني وهن قادمات .

الصورة الثانية: صورة يوسف عندما ظهر أمامهن، إنه يتحرك في تلقائية وعفوية تامة، ولا يعرف أحد من هو سوى أنه أحد الحضور في القصر بين الخدم، لكنهن قد رأينه في الواقع الملموس بصورة جديدة حطمت ومحقت الصورة الذهنية السابقة التي في البنية التصويرية لهن، فقد رأينه ملكاً كريماً يمر أمامهن فاق جماله ما في الخيال، فذهبن يتلمسن له مثيلاً في عالمهن الواقعي فلا يجدن فيسر عن إلى عالم الخيال، وإلى المخزون الثقافي الاجتماعي يبحثن فيه عن المثيل، فوجدن فيما طبع الله عليه البشر كلهم وأدخله في موروثهم الثقافي والاجتماعي صورة الملك التي لم تُر أصلاً لهن ولا لسواهن، فاستغثن بها وصرخن عليها لتنجيهن من تلك الحيرة، ولتجيب على سؤالهن: من هذا؟! فوجدن في مخزونهن خبراً عن تلك الصورة؛ فقلن: إن هذا إلا ملك كريم، سمعنا عنه ولم نره، وها نحن الآن نراه أمامنا متمثلاً في شخص يوسف، فهو قد فاق البشر في الحسن فكان من الملائكة الكرام، لكنهن بعد ذهاب الدهشة والذهول عنهن رأين أنه لا زال بشراً، فقلن: لم لا نراوده نحن أيضاً عن نفسه؛ فلعل تلك المرأة لم تعجبه، ولماذا تنعم امرأة العزيز بهذا الجمال وحدها، لقد عادت ليوسف صورته البشرية في أذهانهن، فكان رده عليهن بأن طلب من ربه مستغيثاً به أن يسجن ولا يقع فيما يغضب ربه فاستجاب له، أن هذا الطلب هو ما هددنهن به، ففضله عليه السلام على الوقوع بالمعصية .

وقد قيل فيما ذكرته أنفاً عن جمال يوسف مما رواه المفسرون الكثير من الجمال الجسدي ونور النبوة والهداية السماوية، فقد آتاه الله شطر الحسن .

لقد تكونت داخل البنية التصورية لهن صورة جديدة لذلك الفضاء الذهني الخاص بهن، بعد أن تحطمت الصورة السابقة ليوسف في البنية التصورية، وبالمقابلة بين الفضاءين يتضح الفرق بينهما، ودور الفضاء الذهني الجديد في فهم الصورة الحقيقية ليوسف، وقبول وصفهن له بعد ذلك بالملك، ودور المخزون العقلي والثقافي والإرث الاجتماعي في تصنيف هذا المخلوق .

ثالثاً: النظريات الحديثة:

أ - نظرية المزج المفهومي:

تقوم عملية المزج المفهومي بتحليل كيفية خلق المفاهيم الجديدة في ذهن المتلقي ليقتنع بذلك المنتج، والمزج ملكة عرفانية تقوم على جملة من العمليات الطبيعية التي يشتغل فيها الذهن بجميع مظاهره بصورة عفوية آلية، عاملة زمن التفكير (أن - قولية) أي أن عملية المزج تتم لحظة الحديث وبطريقة عفوية، فأنا أحدثك وأحاورك وترد عليّ؛ وفي اللحظة نفسها تتم عمليات عقلية آنية لحظة الكلام، فتظهر نتائج هذا التفكير في الكلام وأثنائه .

ومحور هذه العملية في هذا الإشهار ليس العبارة الإشهارية، بل في عملية رؤية يوسف لحظة خروجه عليهن، ليتبدل الرأي لديهن من ساخرات منها ولائعات لها على حبها له؛ إلى مؤيدات لها وذلك بعد النظر إليه، وعملية المزج هنا تتم بين فضاءين (الصورة الذهنية ليوسف قبل رؤيته) و (الصورة الذهنية له بعد رؤيته) في عقول النسوة، ثم يظهر الناتج عن عملية المزج هذه (صورة الملك) فهي منتج غير موجود في الفضاءين الدخيلين، بل تكوّن منهما إنه المعنى الجديد الناتج عن عملية المزج المفهومي، المعنى غير الموجود في الفضاءين الذهنيين الدخيلين، فعملية المزج هي ميلاد لمعنى جديد (الملك) .

الأفضية الذهنية:

الفضاء الدخيل الأول: (أ) صورة يوسف في ذهن النسوة قبل رؤيته

الفضاء الدخيل الثاني: (ب) صورة يوسف عند رؤيتهن له .
فضاء الجامع: يتم فيه الجمع بين الفضاءين الدخيلين، والمقابلة بينهما من خلال عملية إسقاط للمعارف المتعلقة بالدخيلين في الذهن المتلقي .

فضاء المزيج: هي عملية يتطابق بمقتضاها الفضاءان الدخلان تطابقاً جزئياً ينعكس قسم من عناصر كل منهما عن طريق الانتقال في الفضاء رابع، وهو فضاء المزيج الذي تتوالف فيه مكونات مختلفة من الفضاءين فينشأ فيه عن طريق الاستدلال معان جديدة ما من أثر لها في الفضاءين الداخلين، ويقوم المزج على عدد من العمليات هي: التركيب - الإكمال - البلورة .

إن النسوة هنا قد جمعن في أذهانهن في التو واللحظة (أي لحظة رؤيته) بين الفضاءين الداخلين وتم التوليف بينهما لينتج معنى جديد هو صورة الملك، وهو منتج جديد غير موجود في الفضاءين الداخلين: أ، ب .

إن المنتج الجديد (صورة الملك) قد أتى من الجمع بين صورة يوسف قبل مجيء النسوة إلى القصر، وصورة يوسف التي رأيها بالفعل عندما قالت له: اخرج عليهن كما حللت ووضحت ذلك نظرية المزج المفهومي .

ب - النظرية العرفانية:

تقوم هذه النظرية بدراسة العمليات العقلية التي تتم داخل الذهن لفهم الأشياء والعالم من حولنا، ذلك بمحاولة فهم مجال من خلال مجال آخر، كما يظهر هذا بوضوح في عمليات الاستعارة بأنواعها المختلفة، وذلك بعمليات إسقاط للسمات الانتقائية بين الشئيين، لتتم عملية الفهم المطلوبة .

وفي هذا الإشهار قد تمت عملية الإسقاط بين شئيين هما صورة يوسف عليه السلام عندما ظهر عليهن بجماله السالب للعقول، بين صورة الملك المستقرة في البنية التصورية لهن، فهن يعرفن صورة الملك - وإن لم يرينها قط - من خلال ما استقر في تلك البنية كمورث ثقافي وتراثي واجتماعي، أتاهن من بيئتهن ومجتمعهن بل ما استقر في البنية التصورية لكل البشر من أن الملك قد بلغ المنتهى في الجمال الكوني، وليس البشري فقط، فلا يوجد في الكون من خلق الله أجمل من الملك. وعلي النقيض يكون الشيطان فقد بلغ المدى في القبح .

لقد استعن بصورة الملك (مجال المصدر) لفهم الصورة الثانية: صورة يوسف باهر الجمال (مجال الهدف) فنتم تلك عملية الإسقاط كما يأتي:

المعارف المتعلقة بمجال المصدر (الملك) - << عملية إسقاط
للسمات الانتقائية على المعارف المتعلقة بمجال الهدف (يوسف) - <<
فهم مجال الهدف يوسف .

لقد فهمن الصورة المبهرة ليوسف التي أمامهن، ولم يجدن لها اسما
أو وصفا، لكنهن توصلن إلى فهمها وإيجاد اسم لها من خلال عملية
إسقاط ذهني خرج منها اسم جديد ليوسف أنه ملك، وذلك عن طريق
أسلوب بلاغي راقى هو القصر (بالنفي والاستثناء) فنفي أن يكون
يوسف تابعا لجنس البشر كله، بل هو قاصر على جنس آخر وهم
الملائكة وهذا عمل النظرية العرفانية، فقد أعانتنا على فهم مجال من
خلال مجال آخر بعملية الإسقاط بين تلك السمات الانتقائية .

أثر البنية التصورية في سلوك النسوة (آليات العملية العرفانية):

البنية التصورية: المصنع الذي تُجمع فيه المادة الخام (المعلومات
المتوفرة لدي الفرد عن الشيء) وتتفاعل معا في داخله لتقديم تقرير
عنها للذهن، هذه البنية التصورية هي المستوى الوحيد للتمثيل الذهني،
أي من يصنع التمثيل الذهني للأشياء، يقول جاكندوف: (إن البنية
التصورية يمكن أن تكون مستوى أعمق من البنية الدلالية يرتبط بها
بمكون قاعدة تسمى في الغالب التداولية، وهي تخصص علاقة المعنى
اللغوي بالخطاب وبالخلفيات غير اللغوية) (1) .

فالبنية التصورية تسبق في التكوين البنية الدلالية بل تصنعها، فتأتي
الدلالة بعد أن تقوم البنية التصورية بعملية التمثيل الذهني؛ فكونت
تمثيلا ذهنيا لذلك المعنى، الذي يظهر في شكل ألفاظ تعبر عنه .
لو قابلنا بين ما حدث للنسوة عند رؤية يوسف؛ لأمكننا أن نربط
بين هذه العمليات العقلية المتتالية وما ورد في النص القرآني، كما
يأتي:

1- ما في البنية التصورية لهن عند دخولهن القصر (صورة عبد
كنعاني) .

2- ما حدث لحظة رؤيته:

أ- تدمير الصورة السابقة التي في البنية التصورية، أي التمثيل
الذهني له .

(1) المرجع السابق: 71.

ب - بناء تمثيل ذهني جديد له داخل عقلمن، أي في بنيتهن التصورية عنه .

ج - حدوث لحظة دهشة وذهول لهن (لإتمام عملية بناء تصور جديد له وهدم التصور القديم عنه) تم فيها فقدان الإدراك بما حولهن، فقدن فيها الشعور بحواسهن، فقطعن أيديهن دون أن يشعرن بالألم، وحضن من هول تلك الصورة التي دخلت على البنية التصورية لهن فدمرت التمثيل الذهني له، وكانت المدخلات الجديدة (مصدر المعلومات الداخلة للذهن) من حاسة البصر هي صورة يوسف التي أتت إليهن من أبصارهن .

د - تطور الصورة بانتقالها من البنية التصورية إلى البنية الدلالية في شكل كلمات تحمل دلالات مختلفة: وذلك بقولهن: حاشا لله ما هذا بشرا .

هـ - البحث في البنية التصورية عن تمثيل ذهني يشبه أو يماثل هذه الصورة (صورة يوسف) فوجدن في مخزونهن التراثي والثقافي والاجتماعي صورة الملك؛ فالتقطنها كصورة متخيلة؛ وليس كصورة حقيقية رأينها، ثم اتجهن إلى البنية الدلالية، فأخذن اسم هذه الصورة (صورة الملك) وأطلقنها عليه قائلات: إن هذا إلا ملك كريم .
لقد صور التعبير القرآني هذا الحدث بالترتيب كما حدث بالفعل داخل أذهان هؤلاء النسوة، ولكنه تم في سرعة البرق، كما في هذا الشكل:

1- رؤية يوسف - < لحظة دهشة (تم فيها عملية عقلية معقدة بسرعة شديدة)، تتم في لحظة الدهشة فقدان الإدراك والسيطرة على الحواس والجوارح .

2- الحدث التالي للحظة الدهشة - < صيحة (حاشا لله) تعبيراً عن عدم الفهم .

3- البحث عن صورة مماثلة له في ذهنهن - < النتيجة لا يوجد (ما هذا بشرا) .

4- البحث مرة أخرى - < النتيجة يوجد لكن ليس من جنسه (هذا ملك كريم) .

كل هذه العمليات العرفانية العقلية التي تمت في داخلهن قد عبرت عنها تلك الكلمات في سرعة شديدة كأنها تقول: وصلنا من خلال تلك

العمليات العقلية إلى تلك النتيجة التي شهدنا بها كلنا أن يوسف فائق الجمال، فهو ملك كريم .

ج - النظرية التداولية:

يقوم هذا الإشهار على عبارة إشهارية حوارية تداولية بين النسوة وامرأة العزيز، وهي (حاشا لله ما هذا بشرا إن هذا إلا ملك كريم) وهذا الحوار تم بين النسوة وأنفسهن، وهن يعتقدن أن لا أحد يسمعهن، فجأة تدخل زليخا في الحوار قائلة (فذلكن الذي لمتنني فيه) كأن الهدف من عرضها السلعة عليهن (يوسف) ليس البيع بل لغرض آخر وهو دفع اللوم عنها بأن ذاك الشاب الذي بهركن بجماله فقلتن فيه هذا القول؛ هو ذاك الشاب الذي وقعت في حبه .

قام الحوار على عناصر:

1 - الإشارات: ضمائر (غائب: الهاء [فيه])

اسم الإشارة: (هذا، هذا، ذلكن) .

2 - الافتراض السابق:

الافتراض الأول في: ما هذا بشرا، أنهن تصورنه بشرا به شيء من حسن، على افتراض معرفتهن به مما سمعنه من قبل، لذا الآن يرفض كونه بشرا .

الافتراض الثاني في قولها: فذلكن، على أساس الافتراض السابق أن يكون اسم الإشارة في ذلكن إشارة للخبر البعيد الذي جئن به عن يوسف أنه مجرد عبد كنعاني عشقته سيدته، وتلام من قومها ومجتمعها على فعلها هذا .

3 - الاستلزام الحوارية:

الاستلزام الحوارية هنا يوجب تحديد من المقصود بأسلوب القصر، وذلك بذكر اسمه (أي المرجع في اسم الإشارة: هذا، هذا، فذلكن) لكنهن لم يذكرن اسمه لأنهن لسن في حاجة لذكر اسمه لمعرفة الطرفين به (المتكلم والمخاطب) فهو أمامهن، فاكتفين بالإشارة إليه، فأوجب الاستلزام الحوارية عدم ذكر اسمه .

يقوم الاستلزام الحوارية على مبدأ التعاون من خلال تحديد المقصود باسم الإشارة، أي ما تم التعارف عليه بينهم بالمشار إليه (هذا = يوسف) المرجع، وهنا يقوم هذا الحوار على مبدأ التعاون والصدق بينهم، لينتج عنه نجاح عملية التفاهم والتواصل .

4- الأفعال الكلامية:

يمكن النظر إلى عبارتنا الإشهارية على أن بها نوعين من الأفعال الكلامية:

أ- الإخباريات: هي الأفعال التي تصف وقائع وأحداثا في العالم الخارجي، وتقوم بنقل الواقع نقلا أميناً؛ كما في: ما هذا بشرا، إن هذا إلا ملك كريم .

ب - تعبيرات: وهي أفعال يعبر بها المتكلم عن مشاعره المختلفة، كالتعبير عن تعظيم الله في قولهن: حاشا لله .

تم تحليل هذه العبارة بمضامينها التي تخفيها خلف ألفاظها القليلة من خلال هذه النظرية التي تقوم على دراسة اللغة كوسيلة تستعمل للتوصل بين الناس فكانت قوة الإنجاز في الفعل الكلامي هنا قد أتت من أسلوب القصر القائم على النفي والاستثناء، إن هذا إلا ملك كريم .

القسم الرابع: في رجولته:

هذا هو الإشهار الرابع ويضم أنواعا مختلفة من الإشهار عن يوسف، فقد بلغ مرحلة النضج العقلي والبدني، وأصبح قادرا على أن يعمل في وظائف تحتاج إلى حرفية ومهنية عالية، ومن بين هذه الوظائف:

1- وظيفة مفسر أحلام .

2- وظيفة مستشار الملك .

3- وظيفة وزير زراعة .

الوظيفة الأولى: وظيفة مفسر أحلام:

ويبدأ إعداد يوسف لهذه الوظيفة منذ نعومة أظافره، إلى أن أصبحت علما تخصص فيه، وقد ورد الحديث عن تلك المهنة التي برع فيها يوسف؛ بما علمه الله مقترنة به في مواضع كثيرة في السورة هي:

أ- بشارة أبيه له بالعلم بها: ﴿وَكَذَلِكَ يَجْتَبِيكَ رَبُّكَ وَيُعَلِّمُكَ مِنْ تَأْوِيلِ

الْأَحَادِيثِ﴾ [يوسف: 6] .

ب - ضمن ما علمه الله: ﴿وَلِنُعَلِّمَهُ مِنْ تَأْوِيلِ الْأَحَادِيثِ﴾ [يوسف:

.[21]

ج - تأويل رؤيا السجينين: ﴿نَبَّأْنَا بِتَأْوِيلِهِ إِنَّا نَرَاكَ مِنَ الْمُحْسِنِينَ﴾ [يوسف: 36] .

د - تأويل رؤيا الملك: ﴿أَنَا أَنبَأُكُمْ بِتَأْوِيلِهِ فَأَرْسِلُونِ (45) يُوسُفُ أَيُّهَا الصِّدِّيقُ أَفْتِنَا (46)﴾ [يوسف] .

هـ - تأويل رؤيا يوسف: ﴿وَقَالَ يَا أَبَتِ هَذَا تَأْوِيلُ رُؤْيَايَ مِنْ قَبْلُ قَدْ جَعَلَهَا رَبِّي حَقًّا﴾ [يوسف: 100] .

و- يوسف يعدد نعم الله عليه: ﴿رَبِّ قَدْ آتَيْتَنِي مِنَ الْمُلْكِ وَعَلَّمْتَنِي مِنْ تَأْوِيلِ الْأَحَادِيثِ﴾ [يوسف: 101] .

الوظيفة الثانية: مستشار الملك:

بعد أن تبيين للملك علم يوسف وأخلاقه؛ طلب منه أن يكون مستشاراً له، ﴿وَقَالَ الْمَلِكُ ائْتُونِي بِهِ أَسْتَخْلِصُهُ لِنَفْسِي﴾ [يوسف:

54] .

قال ابن كثير: " ائتوني به أستخلصه لنفسي أي أجعله من خاصتي وأهل مشورتني " (1) وقد حدد هذه الوظيفة باسمها المعاصر الشيخ الشعراوي بقوله: " والمرة الثانية عندما أراد الملك أن يستخلصه لنفسه ويجعله مستشاراً له " (2) وهو طلب صريح له من الملك أن يكون مستشاراً له، فاختر يوسف وظيفته بنفسه " وزير زراعة " .
الوظيفة الثالثة:

الإشهار عن وظيفة وزير زراعة: (يوسف يطلب وظيفة ويُشهر عن نفسه):

﴿ قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ ﴾ [يوسف: 55] .

مقدمة: أعلن يوسف عن نفسه وقدم أوراقه ومؤهلاته للحصول على هذه الوظيفة، وهي المرة الأولى التي يطلب فيها وظيفة ويشهر عن قدراته فيها، فقد كان يُطلب دائماً فيما سابق وظائف: (ابن، مفسر أحلام، مستشار) .

(1) تفسير القرآن العظيم: ج2، ص482.

(2) من أحاديث الشيخ المدونة بالشبكة العنكبوتية في تفسيره لهذه الآية .

وقد اخترت وظيفة واحدة، هي وظيفة (وزير زراعة) لأتناولها بالدراسة والتحليل لأن العبارة الإشهارية هنا قصيرة واضحة ومحددة؛ ذكر يوسف فيها طلبه لها صريحا، وأخبرنا فيها عن مؤهلاته وقدراته وخبراته .

وقوله: خزائن الأرض يعنى بها الزرع، فماذا كان يخرج من الأرض في عصره إلا الزرع، فهي خزائن الأرض حتى الآن .
فقال للملك: اجعلني على خزائن الأرض، وهو تأكيد على أن مصر ستظل بعون الله خزائن الله في أرضه لكل خلقه (حفظ الله مصر من كل سوء) .

أولا: مع المفسرين:

تفسير القرطبي:

الأول: قوله تعالى: (قال اجعلني على خزائن الأرض) قال سعيد بن منصور: سمعت مالك بن أنس يقول: " مصر خزانة الأرض أما سمعت إلى قوله: (اجعلني على خزائن الأرض) أي على حفظها فحذف المضاف (إني حفيظ) لما وليت (عليم) بأمره.

وفي التفسير: إني حاسب كاتب وأنه أول من كتب في القراطيس. وقيل (حفيظ) تقدير الأقوات (عليم) بسني المجاعات .

الثاني: أنه لم يقل: إني حسيب كريم، وإن كان كما قال النبي صلى الله عليه وسلم: (الكريم ابن الكريم ابن الكريم يوسف بن يعقوب بن إسحاق بن إبراهيم) ولا قال: إني جميل مليح، إنما قال: إني حفيظ عليم، فسألها بالحفظ والعلم لا بالنسب والجمال .

الثالث: إنما قال ذلك عند من لا يعرفه فأراد تعريف نفسه، وصار ذلك مستثنى من قوله تعالى: (فلا تزكوا أنفسكم) .

الرابع: أنه رأى ذلك فرضا متعينا عليه؛ لأنه لم يكن هنالك غيره هو الأظهر والله أعلم، ودلت الآية أيضا على أنه يجوز للإنسان أن يصف نفسه بما فيه من علم وفضل؛ قال الماوردي: " وليس هذا على الإطلاق في عموم الصفات ولكنه مخصوص فيما اقترن بوصله أو تعلق بظاهر من مكسب وممنوع منه فيما سواه، لما فيه من تزكية ومראה، ولو ميزه الفاضل عنه لكان أليق بفضله؛ فإن يوسف دعت الضرورة إليه لما سبق من حاله، ولما يرجو من الظفر بأهله " (1) .

(1) تفسير القرطبي: ج5، ص3442.

ونستخلص من كلام القرطبي النقاط الآتية :

أ - أن مصر هي خزائن الأرض .

ب - معنى كلمتي حفيظ وعليم .

ج - لم اختار صفتي حفيظ وعليم فقط ؟ .

د - لم طلب الوظيفة وهل يجوز له ؟ .

تفسير الرازي:

زاد الرازي في إيضاح أمور مما قالها القرطبي منها:

جواز طلب الولاية: قال:

1- إن التصرف في أمور الخلق كان واجباً عليه، فجاز له أن

يتوصل إليه بأي طريق كان، إنما قلنا: إن ذلك التصرف كان واجباً

عليه لوجوه:

الأول: أنه كان رسولاً حقاً من الله تعالى إلى الخلق، والرسول يجب

عليه رعاية مصالح الأمة بقدر الإمكان.

والثاني: وهو أنه عليه السلام علم بالوحي أنه سيحصل القحط

والضيق الشديد الذي ربما أفضى إلى هلاك الخلق العظيم فلعله تعالى

أمره بأن يدبر في ذلك، ويأتي بطريق لأجله يقل ضرر ذلك القحط في

حق الخلق .

والثالث: أن السعي في إيصال النفع إلى المستحقين ودفع الضرر

عنهم أمر مستحسن في العقول. وإذا ثبت هذا فنقول: إنه عليه السلام

كان مكلفاً برعاية مصالح الخلق من هذه الوجوه، وما كان يمكنه

رعايتها إلا بهذا الطريق، وما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب، فكان

هذا الطريق واجباً عليه، ولما كان واجباً سقطت الأسئلة بالكلية ...

2- لم مدح نفسه: وأما قوله لم مدح نفسه فجوابه هو:

أنه لا نسلم أنه مدح نفسه لكنه بين كونه موصوفاً بهاتين الصفتين

النافعتين في حصول هذا المطلوب، وبين البابين فرق وكأنه قد غلب

على ظنه أنه يحتاج إلى ذكر هذا الوصف؛ لأن الملك وإن علم كماله

في علوم الدين لكنه ما كان عالماً بأنه يفي بهذا الأمر، ثم نقول هب أنه

مدح نفسه إلا أن مدح النفس إنما يكون مذموماً إذا قصد الرجل به

التطاول والتفاخر والتوصل إلى غير ما يحل، فأما على غير هذا الوجه

فلا نسلم أنه محرم فقوله تعالى: [فَلَا تُزَكُّوا أَنْفُسَكُمْ] [النجم: 32] المراد

منه تزكية النفس حال ما يعلم كونها غير متزكية، والدليل عليه قوله

تعالى بعد هذه الآية: [هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ اتَّقَى]، أما إذا كان الإنسان عالماً بأنه صدق وحق فهذا غير ممنوع منه والله أعلم .

3 - فائدة أنه حفيظ عليم: " إنه جار مجرى أن يقول حفيظ بجميع الوجوه التي منها يمكن تحصيل الدخل والمال، عليم بالجهات التي تصلح لأن يصرف المال إليها.

ويقال: حفيظ بجميع مصالح الناس، عليم بجهات حاجاتهم أو يقال: حفيظ لوجوه أياديك وكرمك، عليم بوجوب مقابلتها بالطاعة والخضوع وهذا باب واسع يمكن تكثيره لمن أراه (i).

نستخلص من قول الرازي إضافات جديدة لما ذكره القرطبي:

1- طلب يوسف للوظيفة جاء بعدما أبدى الملك حيرته فيمن يقوم بهذا العمل

2- طلب يوسف جاء بعد علمه بأنه لا يوجد من يقوم بهذا العمل سواء .

3 - الصفات التي ذكرها يوسف عن نفسه ضرورية ولازمة لهذا العمل

4- أكد الرازي على أن الأرض المقصودة في الآية هي مصر .

تفسير الألويسي:

لخص القصة مع إضافات قال: " قال اجعلني على خزائن الأرض أي أرض مصر، وفي معناه قول بعضهم أي أرضك التي تحت تصرفك، وقيل: أراد بالأرض الجنس وبخزائنها الطعام الذي يخرج منها، وعلى متعلقة على ما قيل -بمستول -مقدر، والمعنى ولني على أمرها من الإيراد والصرف إني حفيظ لها ممن لا يستحقها عليم بوجوه التصرف فيها، وقيل: بوقت الجوع.

وقيل: حفيظ للحساب عليم بالألسن، وفيه دليل على جواز مدح الإنسان نفسه بالحق إذا جهل أمره، وجواز طلب الولاية إذا كان الطالب ممن يقدر على إقامة العدل وإجراء أحكام الشريعة وإن كان من يد الجائر أو الكافر، وربما يجب عليه الطلب إذا توقف على ولايته إقامة واجب مثلا وكان متعينا لذلك " (2).

تفسير ابن عطية الغرناطي:

وقوله تعالى: (اجعلني على خزائن الأرض) فهم يوسف عليه السلام من الملك أنه عزم على تصريفه والاستعانة بنظره في الملك،

(1) التفسير الكبير: المجلد التاسع، ج18، ص131-133.

(2) روح المعاني: المجلد السابع، ص364.

فألقى يده في الفصل الذي تمكنه فيه المعدلة وبترتب له الإحسان إلى من يجب، ووضع الحق على أهله وعند أهله... (حفيظ عليم) صفتان تعم وجوه التثقيف والحيطة لا خلل معهما لعامل.

وقد خصص الناس بهاتين الصفتين أشياء، مثل قولهم: حفيظ بالحساب عليم بالألسن وقول بعضهم: حفيظ لما استودعتني عليم بسني الجوع، وهذا كله تخصيص لا وجه له، وإنما أراد باتصافه أن يعرف الملك بالوجه الذي به يستحق الكون على خزائن الأرض فاتصف بأنه يحفظ المجبي من كل جهة تحتاج إلى الحفظ. ويعلم التناول أجمع" (1).

نخرج من كلام ابن عطية بما يأتي:

1- أن يوسف فهم من كلام الملك أنه يريد أن يكلفه بهذا العمل، لذا طلبه منه .

2- أن المقصود بالحفظ والعلم مطلق اللفظ وعموم المعنى بلا تحديد أو قصر وهذا أفضل في تأويل معنى الصفتين، فيجوز بذلك شمل كل فروع المعنيين .

قال الشعراوي:

إذن: فمن حق الإنسان أن يطلب الولاية إذا تعيّن عليه ذلك، بأن يرى أمراً يتعرض له غير ذي خبرة يُفسد هذا الأمر، وهو يعلم وجه الصلاح فيه. وهنا يكون التدخل فرض عين من أجل إنقاذ المجتمع. وفي مثل هذه الحالة نجد مَنْ طلب الولاية وهو يملك شجاعتين: الشجاعة الأولى: أنه طلب الولاية لنفسه؛ لثقتة في إنجاز المهمة، والشجاعة الثانية: إنه حجب من ليس له خبرة أن يتولى منصباً لا يعلم إدارته، وبهذا يصير الباطل متصرفاً. وبذلك يُظهر وجه الحق؛ ويُزيل سيطرة الباطل (2).

وهذا القول يبين ضرورة طلب الوظيفة لمن له القدرة عليه وضرر عدم تقدمه لها بأن يتقدم من لا يستحق لها وهو تضييع الأمانة التي تعنى إسناد الأمر إلى غير أهله .

ثانياً : الدراسات الحديثة:

1 - الإشهار والتواصل:

هذا الإشهار يحقق تواصل الاجتماعي، حيث يتم من خلاله تبادل المنفعة بين أفراد المجتمع فهنا رجل يبحث عن عمل وهناك رجل

(1) المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز: ابن عطية الغرناطي، تحقيق عبد السلام عبد الشافي محمد ، ط دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، 2007م، المجلد الثالث، ص256.

(2) من أحاديث الشيخ المدونة علي الشبكة العنكبوتية.

يبحث عن عامل فيقوم بالإشهار بتحقيق المنفعة المتبادلة بينهما فقد قيل:
إن ملك كان يبحث عما يوليه هذه الوظيفة بعد علمه بسنوات القحط
القادمة، فكان إشهار يوسف عن نفسه وتقديم مؤهلاته هي وسيلته في
التواصل مع صاحب العمل وبذلك يتم التواصل الاجتماعي بين البائع
والمشتري .

أ - الغاية غير المعلنة من الإشهار:

قد يبدو لمن لا يدرك الغاية الخفية لهذا الإشهار، أنه طلب وظيفة
يتقدم به يوسف لغاية محددة هي العمل عند الملك لكن الأمر أكبر من
ذلك - كما ذكر المفسرون - هو إقامة العدل بين الناس الفقراء الذين
عاش بينهم في السجن، وما عاشه في حياة البادية في صباه من شدة
الفقر، يقول النسفي: " قال يوسف ولني ُ على خزائن الأرض يعني
مصر إني حفيظ عليم وصف نفسه بالأمانة والكفاية، وهما طلبه الملوك
من يولونه، إنما قال ذلك ليتوصل إلى إمضاء أحكام الله، وإقامة الحق
وبسط العدل والتمكن مما من أجله بُعث الأنبياء إلى العباد، ولعلمه أن
أحدا غيره لا يقوم مقامه في ذلك، فطلبه ابتغاء وجه الله لا لحب الملك
والدنيا (1) .

هذه هي الغاية غير المعلنة وراء ذلك الطلب، وقد ذكر من الصفات
ما يناسب هذه الوظيفة وهي العلم والأمانة والحفاظ عليها وتلك صفات
الأنبياء .

ب - اللغة المنطوقة وغير المنطوقة:

اللغة المنطوقة:

العبارة التي خرج فيها هذا الإشهار جاءت في جملتين قصيرتين
فقط، وعلي الرغم من ذلك فقد حققنا الغرض التواصلية منهما، فقد
تضمنت الجملة الأولى طلب شغل الوظيفة، والثانية المؤهلات التي
تجيز له شغل هذه الوظيفة .

تضمنت الجملة الأولى استعارة: حيث شبه ما يخرج من الأرض
من زرع بالنفائس والدرر التي توضع في الخزائن، والأرض هي تلك
الخزائن وحذف هذه النفائس وأتي بشيء من صفاتها أنها تُخزن، وجاء
الجمع في خزائن ليفيد الشمول، وجاء التعريف في الأرض للعموم
والشمول لكل ما في أرض الله الواسعة، وإن كان الغرض منها مصر

(1) تفسير النسفي: 227/2، انظر تفسير الرازي: ج18، ص133، والقرطبي: ج5، ص3445 .

فقط، فعمم المعنى ليعظم من مصر وهذا التعريف أيضا تعريف العهد، وهي الأرض المعهودة لهم أي أرض مصر وعلى أفادت معنى السيطرة وتولي كل شئون الأرض. تضمنت الجملة الثانية تأكيدا على علمه وحفظه بإنّ، وهي تعليل للطلب الذي في الجملة الأولى بتقديم ما يبرر طلبه فيها بالوظيفة . اللغة غير المنطوقة:

اللغة الرمزية:

جاءت ألفاظ العبارة لترمز إلى أشياء كثيرة، فكلمة خزائن رمزت إلى أشياء قيل: إن منها الأرض الزراعية وما تخرجه من قمح تصل قيمته فوق الذهب، وقيل خزائن الأموال وما بها من كنوز، وقيل إن الأرض يقصد بها أرض مصر أو أرض الله عامة، وقيل إنه علم بشؤون الزراعة، وقيل علمه بالحساب وعلوم أخرى وعلم بشؤون الفقراء والمحتاجين، وقيل في حفيظ إنه حافظ لما يوكل إليه من أمور الدولة ولأموال الملك .

اللغة الانفعالية:

لغة تخاطب النفس الإنسانية من وراء حجاب، وتلعب دورا كبيرا في الإقناع الإشهاري يقول سعيد بنكراد: " إن ما هو أساسي في الإشهار هو حجم الطاقة الانفعالية المودعة في الوصلة، فهو وحده الذي يحدد أدوات الإقناع ويحدد سبل التسلل إلى أكثر المناطق هشاشة داخل ذات الاستهلاك. إن البداية كانت من اللاشعور واستبطانه ومحاولة استنطاق كل الصور النمطية التي تتجاوز... ردود فعل الفرد لكي تشمل الثقافة كلها... بل يستثمر كل ما يشوش على الوجود الإنساني ذاته، خوفه واكتنابه وقلقه وإحساسه بالذنب والشعور بالوحدة إنها كلها أحاسيس يمكن تحويلها من خلال حالات الإقناع السري إلى محفزات للشراء، بل قد يكون هناك في نفسية المستهلك ما يدعو إلي ذلك (1) من هذه النقطة الأخيرة ينطلق حديثنا عن الجانب الانفعالي في إشهارنا، إنها الحالة النفسية التي وقع فيها الملك بعد رؤياه وتفسيرها الذي زاده قلقا، حيث بين له أنه سيواجه وشعبه سنوات عجاف، يهلك فيهن الحرث والنسل ويضيع الشعب ويفنى وفي ذلك فناء له هو، فلا ملك بلا شعب، ولهذا بحث عن الحل وظهر خوفه وحيرته في طلبه

(1) الصورة الإشهارية: 212 - 213.

السريع لرجل يتولى مسئولية الزراعة والحفاظ عليها في تلك الفترة لإخراج البلاد من ذلك الهلاك الأكيد .

فكان ظهور يوسف في هذه اللحظة وطلبه لهذه الوظيفة؛ بمثابة طوق نجاة له، فقبل هذا الطلب ووافق عليه (علي الرغم من بعض الأقوال التي ترى أنه أمهله عاما حتى ولّاه هذا العمل) .

إن شعور الخوف الذي سيطر على الملك، ولم يدركه إلا يوسف جعله يفكر في تاريخ يوسف الصديق المذكور أمامه من علم بتأويل الرؤيا وأمانة المال والأعراض، إلى جانب ما تتطلبه هذه الوظيفة من مؤهلات خاصة أرفقها يوسف في طلبه وهي العلم والحفظ، وظهرت الطاقة الانفعالية في العبارة متفجرة من كلمتين أو قل من صفتين في يوسف: الحفظ والعلم، فالأولى: شفت غلبه من الخوف علي ضياع إنتاج الأرض فهو (حفيظ)، والثانية: طمأنت نفسه على نجاح عملية الزراعة وتخزين المحصول بنجاح (عليم) .

إنها منظومة معقدة، تساهم في صنعها عناصر ظاهرة في شكل: كلمات وأحداث وعناصر خفية من التأثير الانفعالي، والولوج إلى اللا شعور والتخفي للوصول إليه من خلال الفكر الموارب، الذي يدخل إلى العقل فيقتعه دون أن يعلن عن غرضه الخفي أو سر اختفائه فيصل إلى ما يريد من خلال استغلال الحالة الانفعالية للمتلقي وكيفية إثارتها؛ ليصل لما يريد .

اللغة الإيحائية:

يحرص الإشهار علي خلق واقع جديد للتغطية على الواقع الفعلي أو تجاوزه أو نفيه، هذه أهم خصائص اللغة الإيحاء، إنها قيمة مضافة، وهي أبعاد جديدة ينفلت من خلالها الإنسان من إكراهات الغريزي والنفعي لكي ينتشي بذاته داخل عوالم متحررة من قوانين الفضاء والزمان (1) .

هذا العالم الجديد والواقع الذي ينشده المتلقي (الملك) في هذا الإشهار (النجاة من سنوات القحط) وهي التي تنتظره - كما أخبره يوسف - فعندما عرض عليه يوسف تولى المسئولية، ولوّح له بأهم صفتين يمكن أن تحققا هذا الأمل الكبير والمطلب الخفي في نفسه، وهما (الحفظ والعلم)، فكان عمل اللغة الإيحائية متمركزا في بناء

(1) الصورة الإشهارية: 199.

تصور ذهني للنجاة بنفسه من خلال صفتين فقط، تلك العملية جعلت الملك يوافق على طلب يوسف لتلك الوظيفة .

ذكر المفسرون أن يوسف أخطأ في طلبه للوظيفة، مما جعل الملك يمهله عاما حتى يستجيب له، وعلى الرغم من هذا فإن طلب يوسف لهذه الوظيفة أفاد القضية من جانبيين، وقد ذكرهما الإمام لشعراوي، حيث أثبت ليوسف شجاعته وقدرته على تحمل تلك المسؤولية بهذا الطلب، وأنه حجب بطلبه من لا يستحق هذه الوظيفة عنها، ويمكن أن أضيف فائدة أخرى لطلبه هذا؛ هي أنه وضع سقفا لمن يستحق هذه الوظيفة فإما أن يكون له لصفات يوسف أو لصفات أفضل منها، ولعل الملك في هذا العام الذي أمهله فيه كان يبحث عن أفضل منه ولم يجده أو أنه كان يتأكد من صحة تلك الصفات في يوسف، كل هذه الأشياء أوحى بها طلب يوسف للوظيفة .

ج - الفضاء الذهني:

إن مركز عمل الفضاء الذهني هنا ذهن الملك الذي سيتم بناء فضاء ذهني جديد فيه، فيمحو هذا الأشهار الفضاء الذهني السابق بإنشاء فضاء ذهني جديد، فقد تكوّن لدى الملك فضاء ذهني معين فضاء الخوف والقلق على البلاد والعباد بنزول الكارثة الكبرى من عدم جريان النيل بالماء وفناء الزرع والخلق جميعا، فقد تكوّن هذا الفضاء الذهني الكئيب داخل الملك من مجموعة تجارب سابقة مماثلة فيما سمع من السابقين من تجارب عن جفاف النيل وما ترتب عليه من هلاك، وما رأى في منامه من هول، إذ كيف تأكل بقرة بقرة؟! وما سمعه من تأويل تلك الرؤيا من يوسف وبيان ما فيها من هول ينتظره وبلاده، كل هذه الأشياء مجتمعة كوّنت في داخله هذا الفضاء الذهني الكئيب .

وسط هذا الفضاء الذهني الحائر الذي يعيش فيه الملك يخرج عليه يوسف ليبنى في داخله فضاءً جديداً كله طمأنينة وأمان له ولبلاده وشعبه، تكوّن هذا الفضاء الجديد (فضاء النجاة من الهلاك القادم بتولي يوسف هذا العمل) من مجموعة تجارب وخبرات، مما سمعه عن يوسف وما رآه بنفسه منه، وأول ذلك ما شاهده من قدرته على تأويل رؤيته بعد عجز الكهان من حوله عن ذلك، ثم وقوفه بنفسه علي حقيقة ما اتهم به يوسف من النسوة وبراءته العلنية من ذلك الإثم، كل هذه التجارب جعلت يوسف يحتل مكانة عالية من الثقة والتقدير له وكذلك رفضه أي مقابل على عمله في تأويل تلك الرؤيا، وشجاعته لتحمل مسؤولية العمل العام دون مقابل؛ لخدمة الناس جميعا في أيام قاسية، لا

يتقدم للعمل فيها إلا الأبطال، لقد بنى يوسف في داخل الملك فضاءً ذهنياً جديداً يقوم على الواقع والعلم والأمانة، فكان على الملك أن يقبل هذا العرض بما تكوّن لديه من إقناع داخلي، بقيمة هذا العمل والحاجة الضرورية له وقدرة هذا الرجل الشجاع الصديق على القيام به .
ثالثاً: النظريات الحديثة:

أ - نظرية المزج المفهومي :

يقوم المزج بتحليل عملية إنتاج المعنى الجديد من معنيين على المراحل هي :

1- من فضاءين دخلين: فضاء الدخل الأول (أ) حفيظ، وفضاء الدخل الثاني (ب) عليم .

2- الفضاء الجامع: يتم الجمع فيه بين الفضاءين الداخلين (أ،ب) فهو الفضاء الذهني المنسوخ من الجمع بينهما؛ لإنتاج صورة ذهنية في البنية التصورية للملك في شكل صورة لوزير زراعة، يعد نموذجاً لما يجب أن يكون عليه الوزير، لقد سعت هذه الأفضية الذهنية إلى ما وراء الفضاء الذهني الملموس والواقعي للملك لبناء صورة ذهنية لهذا الوزير في بنيته التصورية .

3- فضاء المزيج: بعد الانتقال من الفضاء السابق ننتقل إلى فضاء المزيج حيث يتم المزج بين الداخلين (أ، ب) حفيظ عليم، فكل منهما يمثل مصدراً لإسقاط المعارف الخاصة به على الذهن، فكما قال ابن عطية الغرناطي: إن حفيظ وعليم يجب أن يفهما بمعناهما الواسع دون تخصيص لمعنى للكلمتين، كما قصرهما بعض المفسرين على حفظ المال والعلم بالألسن، فيكون على رأي ابن عطية؛ الحفظ بجميع ألوانه، وكذا العلم بمعنى المعرفة بكل شيء فيمزج بين المعارف المتعلقة بهاتين الصفتين في فضاء المزيج، بالمزج والتوليف بين مكونات الفضاءين الداخلين التي قد تبدو متناقضة، فهي عملية عقلية تقوم على قدرة المتلقي على الجمع بينهما والإسقاط لتخرج لنا بمعان جديدة لا توجد هذه المعاني في أي من الفضاءين مستقلين .

4 - عمليات المزج: تقوم عملية المزج على عدة عمليات هي: التركيب، الإكمال، البلورة .

أ) التركيب: وهي عملية ميلاد للفكرة الناتجة عن عملية الإسقاط الانتقائي، بالبحث عن علاقات جديدة تجمع بين الفضاءين الداخلين، فنقول: هو حفيظ فنجمع بالذهن كل السمات الانتقائية لصفة حفيظ، ثم نقول: هو عليم فنجمع بالذهن كل الصفات الانتقائية لصفة العلم، ويتم

المقابلة بينهما لنخرج بمعنى جديد، هو صورة إنسان فيه هاتين الصفتين، ويصلح لهذه الوظيفة (وزير) .

ب) الإكمال: وهي عملية إنشاء لمعان جديدة لا يحملها منطوق الفضاءين الداخلين، فتأتي بعد عملية التركيب السابقة عملية الإكمال بمحور جديد؛ هو: أن هاتين الصفتين (عليم، حفيظ) يمكن أن ننتقي من السمات الانتقائية لهما السمات المطلوبة لوظيفة مسئول زراعة، وهنا تنتج السمات غير المطلوبة لهذه الوظيفة كالعلم بالعلوم الفلسفية أو الميتافيزيقا، وكذا الحفظ للنصوص الأدبية مثلا.

فتقوم عملية الإكمال على أكساء المعاني أو التصورات الناشئة من عملية التركيب؛ جملة من الأبعاد مستمدة من المعارف العامة المشتركة والتجربة الجماعية فعلى الشخصية المتقدمة للعمل أن تحمل صفة العلم بكل ما يُصلح ويصلح هذه الوظيفة أو تحتاجه، وكذلك صفة العلم بكل ما يتعلق بشئونها .

ج) البلورة: تطوير لعملية المزيج من حيث تصورها وتخليها؛ بتوسيع مدى المعنى الجديد وتفصيله وأبعاده وتحميله بدلالات مخصوصة رمزية وغير رمزية، فوظيفة وزير للزراعة قد اتسع مفهومها ليشمل كل ما يتصل بها، لكن في ضوء محورين أساسيين هما الحفظ والعلم، لقد تبلورت قضية العلم والحفظ في صورة هذا الشخص الذي نعرف تاريخه الخلقى وعلمه وأمانته وحفظه وذكاءه، ولهذا تبلورت هذه الوظيفة وتجسدت في شخص يوسف .

ويمكن تصور ذلك من خلال هذا الشكل :

<<

فضاء الدخل (أ) - <<

الفضاء الجامع:
الداخلين (أ،ب)
عملية إسقاط
بين سماتهما
الانتقائية

المعنى الجديد
شخص يجمع
بين صفتي
الحفظ و العلم

عملية المزج :
1- التركيب
2- الإكمال
3- البلورة

فضاء الدخل ب) <<

إن ما في ذهن الملك عن يصلح لهذه الوظيفة صورة رجل حفيظ
عليم وقد تحققت هذه الصورة في شخص يوسف عليه السلام .
المعطيات التي تكوّن وتغذي مفهوم صلاحيته للوظيفة في نفس
الملك:

1- الأمانة: حيث حفظ سر البيت الذي كان يعمل به، فلم يسأل عما
فعلته به رليخا، بل سأل عما فعلته النسوة من تقطيع أيديهن، ولم يذكر
مراودتهن له، ولم يذكر اسم أي امرأة منهن ذلك حفظا علي سرية
شخصيتهن .

2- عفته: ذلك باعتراف النسوة وكذا امرأة العزيز بقولها: إنه لمن
الصادقين .

3- علمه: بتأويل الأحاديث، وكذا علمه بشئون الزراعة، والحساب
والألسن .

ب - النظرية التداولية:

قام هذا الإشهار على عبارة إشهارية حوارية تداولية بين الملك
ويوسف هي (اجلني على خزائن الأرض، إني حفيظ عليم) وهذا
الحوار جزء من حوار سابق، هو قول الملك ليوسف: إنك اليوم لدينا
مكين أمين وقد قام الحوار على عناصر:

1 - الإشارات: ضمير (المتكلم: الياء، المخاطب المستتر في:
اجعل)، إشارة للمكان (خزائن الأرض: مصر) .

2 - الافتراض السابق: أن يكون الملك قد طلب منه أن يعلن عما
يتمناه منه .

3 - الاستلزام الحواري: هنا أن يكون الملك قد طلب منه تقديم
مؤهلاته لشغل هذه الوظيفة، فرد يوسف على ذلك الطلب بتقديم أوراقه
قائلا: إني حفيظ عليم وهنا خروج عما كان في تصور الملك في
شخصية يوسف وتوجيه نظره إلى جهة أخرى، فهو يراه عالم بتفسير
للرؤيا وكذلك بريء من تهمة الزنا، فهو شريف مترفع عن الفاحشة
لديه علم بتأويل الأحاديث فقط، لكن يوسف وجهه من خلال هذا الحوار
إلى قدرات وصفات أخرى فيه منها العلم بشأن الزراعة، والحافظ لما
تنتجه الأرض .

ويقوم الاستلزام الحواري هنا على مبدأ التعاون من خلال تحديد
المقصود بخزائن الأرض، والمقصود بالعلم والحفظ، ولهذا لم يذكر
النص القرآني الكريم حوارا حول هذه الأشياء: كقضايا معروفة سلفا

بينهما، وإيمان الملك بصدق يوسف في قوله حفيظ عليم، ولهذا تمت عملية الحوار بينهما بنجاح، ونجحت عملية التفاهم والتواصل .
4- الأفعال الكلامية: هذه العبارة الإشهارية عدة أنواع من الأفعال الكلامية هي الأفعال:

أ. الإخباريات: هي الأفعال التي تصف وقائع وأحداثا في العالم الخارجي، وتقوم بنقل الواقع نقلا أميناً، ويبدو هذا في إخباره للملك أنه حفيظ عليم .

ب . الالتزامات: كما في (إني حفيظ عليم). وهي تعني التزام المتكلم بوعده بقطعه على نفسه فهو يؤكد للملك ويعده بوعده هو: أن يكون حفيظاً عليمًا مؤكداً ذلك بـ (إنّ المؤكدة) .

ج . الطلبيات: وتضم الأفعال الكلامية الدالة على الطلب، وقد جاء هنا فعل الطلب على صيغة افعال (اجعل) .

تحليل لآلية الإقناع التداولية :

يقوم الفعل اللغوي وفق النظرية التداولية بتقسيم الملفوظ إلى ثلاثة أقسام: فعل إنتاج - فعل إنجاز - فعل تأثير .

(1) فعل إنتاج: ويشمل العناصر اللغوية لإنتاج الملفوظ (صوت. نحو. دلالة)، إنه بناء الوحدة اللفظية بعيدا عن السياق .

(2) الفعل الإنجازي: يأتي السياق بعد إنتاج الوحدة اللفظية، بالفعل الإنجازي، وهو إنجاز الفعل داخل السياق، حيث ترتبط بسياقات التلطف دلالات وأبعاد أخرى تدل على أننا نقوم بشيء ما، ونحن نتلفظ بهذه الكلمات مثل الوعد أو الوعيد أو التأكيد، وهي قيم ليست قارة في الملفوظ، لكن نستنتجها من خلال السياق، فنفهم من تلك الوحدات أشياء سنقوم بها لم نتطرق في الوحدات اللغوية المذكورة .

(3) الفعل التأثيري: وهو السلوك الناتج عن فعلي القول والإنجاز السابقين .

ويمكن تصور هذا العملية بمراحلها المختلفة من هذا الشكل:

فعل إنتاج (يمثل وحدة مضمونية متضمنة في الكلمة) — << فعل إنجازي (وهو القيم المرتبطة بسياقات التلطف، ودلالات نهائية استنتاجية لهذا الملفوظ في سياقاته التي يرد فيها) — << مما يؤدي إلى قوة ثالثة هي الآثار النفسية التي يتركها الملفوظ في نفس المتلقي، أي الفعل التأثيري (وهي نتائج هذه الأفعال على سلوك المتلقي ومعتقداته ثم يتجسد هذا الفعل (قاعدة الفعل) في سلوك عيني، يتحقق من خلال

حدوث تغيير في قناعات المتلقي الفكرية أو الدينية، وهذا هو الهدف النهائي من عملية الإشهار، حيث يتحقق بتحول المتلقي من مجرد مستمع إلى مؤمن بهذه الفكرة ومقتنع بها ومقبل عليها هنا يتحول الأمر من مجرد إثارة انتباه بفعل قولي ملفوظ إلى فعل إنجازي، هو تجسيد لهذا التأثير والافتناع بالإقبال عليه. ويمكن تطبيق هذا القول على هذا الإشهار :

1- الجملة الأولى: فعل إنتاج (إنك اليوم لدينا مكين أمين) - << فعل إنجازي (هذا السياق أثار في نفس يوسف الرغبة في التقدم بطلبه من الملك في لحظة انفعاله به) - << فعل تأثيري (نتيجة لهذه الإثارة تقدم يوسف بطلب الآتي: اجعلني...).

2- الجملة الثانية: فعل إنتاج (اجعلني على خزائن الأرض) - << فعل إنجازي (هو ما أثاره هذا القول من قوة إنجازية فهمت من هذا السياق، هي قدرة يوسف على القيام بهذا العمل) - << فعل تأثيري (هو نتيجة تأثير هذا الفعل الإنجازي المتضمن في السياق السابق بتكليف يوسف لهذا العمل) بدليل قوله تعالى فور طلب يوسف للوظيفة: ﴿وَكَذَلِكَ مَكَّنَّا لِيُوسُفَ فِي الْأَرْضِ يَتَّبِعُونَ مِنْهَا حَيْثُ يَشَاءُ نُصِيبُ بِرَحْمَتِنَا مَنْ نَشَاءُ وَلَا نُضِيعُ أَجْرَ الْمُحْسِنِينَ﴾ [يوسف: 56] لقد تم ليوسف ما طلبه من الملك، بلا تحديد لزمان التنفيذ، وأنه تمكين ليوسف في الأرض ليحاسب إخوته عندما يأتونه .

هذا العمل المتسلسل يعبر عن فكر متنامي حول غاية يصنعها المتكلم بفعله الكلامي لإنجاز غاية تظهر في السلوك العيني التي تتم بعد إنجاز هذا الكلام .
الفعل الكلامي: (فعل إنتاج) - < (فعل إنجازي) - < (قاعدة الفعل).

فنجد أن الهدف من الرسالة الكلامية أو الإشهارية قد تحقق، فالعرض من الإشهار هو إقناع المتلقي بالمنتج أو الفكرة أو السلعة"فكل ملفوظ إشهاري هو في الواقع سلسلة من السياقات المضمره التي تنتسلل إلى وجدان المستهلك في غفلة من كل أشكال الرقابة التي يمكن أن يستتجد بها (1) .

(1) الصورة الإشهارية: 205.

الإشهار الثالث

إشهار عن إخوة يوسف

القسم الأول: إشهار يوسف عن أخيه بنيامين (سلعة مطلوبة للعرض فقط)

العبارة الإشهارية:

﴿وَلَمَّا جَهَّزَهُمْ بِجَهَّازِهِمْ قَالَ ائْتُونِي بِأَخٍ لَكُمْ مِنْ أَبِيكُمْ أَلَا تَرَوْنَ أَنِّي أَوْفِي الْكَيْلِ وَأَنَا خَيْرُ الْمُنْزِلِينَ (59) فَإِنْ لَمْ تَأْتُونِي بِهِ فَلَا كَيْلَ لَكُمْ عِنْدِي وَلَا تَقْرَبُونِ (60)﴾ [يوسف]

مقدمة:

من المعتاد أن يعلن المشهر عن سلعة يبيعهها أو يريد شراءها، ولكننا أمام إشهار من نوع آخر يطلب فيه المشتري سلعة ليشاهدها فقط، ويقدم لذلك عروضاً من الترغيب والترهيب بين الوعد والوعيد، فجعل الوعد قبل الوعيد والترغيب قبل الترهيب ليقنعهم بإحضاره من البادية إليه .

إن يوسف (وقد أصبح وزيراً على مصر) جاءه إخوته فعرفهم ولم يعرفوه؛ فطلب منهم أن يأتوا بأخ لهم من أبيهم هو بنيامين، ليشركه رغد العيش مع علمه أن أباه لن يقبل أن يتركه ليذهب معهم ولو دفعوا له كل كنوز يوسف، بل كنوز الأرض فوضع لذلك خطة، تقوم على الترغيب والترهيب حتى يحضروه، لكن المشكلة ليس عندهم إنما هي عند أبيهم الذي يسلبو به عن فقد يوسف، لقد خطط يوسف لهذا العمل بعمل الآتي :

1- الترحيب الزائد بهم وإظهار الحفاوة وحسن الاستقبال، وتقريبهم منه .

2- الخروج لتوديعهم بنفسه، وتحميلهم برسالة الوعد والوعيد مقابل بنيامين .

3- وضع ثمن الغلال في متاعهم كترغيب آخر لهم .
المقابلة بين الوعد والوعيد :

أ) الوعد	ب) الوعيد
الوفاء بالكيل. حسن الإقامة. وضع أموالهم في متاعهم. وجود أخوهم يزيدهم حمل بغير .	لا كيل لهم عنده قط . لا يقربهم إليه .

4- إذا جاءوا بأخيهم يأخذهم بقانونهم الذي يجعل عقاب السارق نفسه .

أولاً: مع المفسرين:

تفسير ابن كثير:

(ولما جهزهم بجهازهم) أي أوفى لهم كيلهم وحمل لهم أعمالهم قال: ائتوني بأخيكم هذا الذي ذكرت لأعلم صدقكم فيما ذكرتكم، (ألا ترون أنني أوفى الكيل وأنا خير المنزلين؟) يرغبهم في الرجوع إليه، ثم رهبهم فقال: (فإن لم تأتوني به فلا كيل لكم عندي) أي إن لم تقدموا به معكم في المرة الثانية فليس لكم عندي ميرة (ولا تقربون قالوا سنراود عنه أباه وإنا لفاعلون) أي سنحرص على مجيئه إليك بكل ممكن ولا نبقى مجهوداً لتعلم صدقنا فيما قلناه (وقال لفتيانه) أي غلماناه، (اجعلوا بضاعتهم) أي التي قدموا بها ليمتاروا عوضاً عنها (في رحالهم) أي في أمتعتهم من حيث لا يشعرون (لعلهم يرجعون) بها، قيل خشي أن لا يكون عندهم بضاعة أخرى يرجعون للميرة بها، وقيل: أراد أن يرددهم إذا وجدوها في متاعهم تخرجاً وتورعاً، لأنه يعلم ذلك منهم، والله أعلم (1)

تفسير القرطبي:

قوله تعالى: (ولما جهزهم بجهازهم) يقال: جهزت القوم تجهيزاً أي تكلفت لهم بجهازهم للسفر؛ والجهاز في هذه الآية الطعام الذي امتاروه من عنده ...

وكان مع إخوة يوسف أحد عشر بغيراً وهم عشرة، فقالوا ليوسف: إن لنا أختاً تخلف عنا وبغيره معنا فسألهم لم تخلف؟ فقالوا: لحب أبيه إياه، وذكروا له أنه كان له أخ أكبر منه فخرج إلى البرية فهلك؛ فقال لهم: أردت أن أرى أخاكم هذا الذي ذكرت لأعلم وجه محبة أبيكم إياه وأعلم صدقكم، ويروى أنهم تركوا عنده شمعون رهينة حتى يأتوا بأخيه بنيامين... فقال يوسف: (ائتوني بأخ لكم من أبيكم) إن كنتم

(1) تفسير القرآن العظيم: ج2، ص483.

صادقين فأنا أرضى بذلك (ألا ترون أنني أوفي الكيل) أي أتمه ولا أبخسه وأزيدكم حمل بغير لأخيكم (فإن لم تأتوني به فلا كيل لكم عندي) توعدهم ألا يبيعهم الطعام إن لم يأتوا به .
قال تعالى: (ألا ترون أنني أوفي الكيل) يحتمل وجهين: أحدهما: أنه رخص لهم في السعر فصار زيادة في الكيل، والثاني: أنه كال لهم بمكيال واف (وأنا خير المنزلين) فيه وجهان: أحدهما: أنه خير المضيفين لأنه أحسن ضيافتهم؛ الثاني: وهو محتمل أي خير من نزلتم عليه من المأمونين؛ وهو على التأويل الأول مأخوذ من النزل وهو الطعام، وعلى الثاني من المنزل وهو الدار. قوله تعالى: (فإن لم تأتوني به فلا كيل لكم عندي) أي فلا أبيعكم شيئاً فيما بعد لأنه قد وافهم كيلهم في هذه الحال. (ولا تقربون) أي لا أنزلكم عندي منزلة القريب ولم يرد أنهم يبعدون منه ولا يعودون إليه؛ لأنه على العود حثهم. قال السدي: وطلب منهم رهينة حتى يرجعوا فارتهن شمعون عنده، قوله تعالى (قالوا سنراود عنه أباه) أي سنطلبه منه ونسأله أن يرسله معنا. (وإننا لفاعلون) أي لضامنون المجيء به ومحتالون في ذلك. مسألة: إن قيل: كيف استجاز يوسف إدخال الحزن على أبيه بطلب أخيه؟ قيل له: عن هذا أربعة أجوبة: أحدها: يجوز أن يكون الله عز وجل أمره بذلك ابتلاء ليعقوب ليعظم له الثواب فاتبع أمره فيه. الثاني: يجوز أن يكون أراد بذلك أن ينبه يعقوب على حال يوسف عليهما السلام. الثالث: لتضاعف المسرة ليعقوب برجوع ولديه عليه. الرابع: ليقدم سرور أخيه بالاجتماع معه قبل إخوته لميل كان منه إليه؛ والأول أظهر والله أعلم (1).

تفسير الرازي:

ثم بين تعالى أنه لما جهزهم بجهازهم قال:
(انثوني بأخ لكم من أبيكم) واعلم أنه لا بد من كلام سابق حتى يصير ذلك الكلام سبباً لسؤال يوسف عن حال أخيهم، وذكروا فيه وجوهاً:

الوجه الأول: وهو أحسنها إن عادة يوسف عليه السلام مع الكل أن يعطيه حمل بغير لا أزيد عليه ولا أنقص، وإخوة يوسف الذين ذهبوا إليه كانوا عشرة فأعطاهم عشرة أحمال فقالوا: إن لنا أبا شيخاً كبيراً وأخاً آخر بقي معه، وذكروا أن أباهم لأجل سنه وشدة حزنه لم

(1) تفسير القرطبي: ج5، ص3450.

يحضر، وأن أخاهم بقي في خدمة أبيه ولا بد لهما أيضا من شيء من الطعام فجهز لهما أيضا بغيرين آخرين من الطعام فلما ذكروا ذلك قال يوسف فهذا يدل على أن أحب أبيكم له أزيد من حبه لكم، وهذا شيء عجيب لأنكم مع جمالكم وعقلكم وأدبكم إذا كانت محبة أبيكم لذلك الأخ أكثر من محبته لكم دل هذا على أن ذلك أعجوبة في العقل، وفي الفضل والأدب فجيئوني به حتى أراه فهذا السبب محتمل مناسب .
ثم إنه تعالى حكى عنه أنه قال:

* (ألا ترون أنني أوف الكيل) أي أتمه ولا أبخسه، وأزيدكم حمل بغير آخر لأجل أخيكم، وأنا خير المنزلين، أي خير المضيفين لأنه حين أنزلهم أحسن ضيافتهم...

قال: * (فإن لم تأتوني به فلا كيل لكم عندي ولا تقربون) واعلم أنه عليه السلام لما طلب منهم إحضار ذلك الأخ جمع بين الترغيب والترهيب .

أما الترغيب: فهو قوله: * (ألا ترون أنني أوف الكيل وأنا خير المنزلين)

* وأما الترهب: فهو قوله: (فإن لم تأتوني به فلا كيل لكم عندي ولا تقربون)، وذلك لأنهم كانوا في نهاية الحاجة إلى تحصيل الطعام، وما كان يمكنهم تحصيله إلا من عنده، فإذا منعهم من الحضور عنده كان ذلك نهاية الترهب والتخويف، ثم إنهم لما سمعوا هذا الكلام من يوسف قالوا :

* (سنراود عنه أباه وإنا لفاعلون) أي سنجتهد ونحتال على أن ننزعه من يده، وإنا لفاعلون هذه المرادة، والغرض من التكرير التأكيد، ويحتمل أن يكون (وإنا لفاعلون) أن نجيبك به، ويحتمل * (وإنا لفاعلون) كل ما في وسعنا من هذا الباب (1) .
ثانيا : الدراسات الحديثة:

هذا الإشهار يقوم على طلب سلعة للعرض على يوسف فقط، والسلعة هنا بنيامين الذي يطلب السلعة هو يوسف، أما البائع فهو يعقوب صاحب القرار في إرساله إلى مصر، أما إخوة يوسف فهم الوسيط بين البائع والمشتري أو طالب السلعة، والعبارة الإشهارية ﴿قَالَ ائْتُونِي بِأَخٍ لَكُمْ مِنْ أَبِيكُمْ أَلَا تَرَوْنَ أَنِّي أَوْفِي الْكَيْلِ وَأَنَا خَيْرُ

(1) التفسير الكبير للرازي: المجلد التاسع، ج18، ص137.

الْمُنزِلِينَ (59) فَإِنْ لَمْ تَأْتُونِي بِهِ فَلَا كَيْلَ لَكُمْ عِنْدِي وَلَا تَقْرَبُونِ (60) ﴿ [يوسف] .

الإشهار والتواصل:

يقوم الإشهار على تحقيق التواصل بين الناس، ويستخدم وسائل الإقناع ليتم له ذلك في عمليتي البيع والشراء، وقد تواصل يوسف مع إخوته من خلال تلك العبارة الإشهارية التي تقوم على طلب سلعة (بنيامين) ووضع الطلب بين الترغيب والترهيب، ولم يحدد في طلبه منهم اسم هذا الأخ الذي يريده، حتى لا يتطرق الشك إلى نفوسهم فيسألوا لماذا طلب بنيامين ومن أين عرفه .

المسالك التي سلكها يوسف في سبيل تحقيق هدفه وهي:

أ- مسلك المحفز لطلبه في إطار العلاقات الاجتماعية من وضع المطلوب في دائرة العلاقات الاجتماعية الأسرية، بالسؤال عن أحوالهم وأسرتهم وأخبارهم ليبدو طلبه القادم مقنعا داخل إطار حوار بسيط تطور إلى طلبه برؤية أخيهم الذي لا يعرفه، ثم الإلحاح في هذا الطلب، والتمسك به كدليل على صدقهم فيما قالوا لتحقيق غرضه الأساسي وهو رؤية أخيه؛ وإلا فما العلاقة بين الوفاء بالكيل أو منعه ورؤية رجل من المفروض عدم وجود علاقة بينه وبين يوسف؟! .

ب - إثارة انتباههم بمثيرات تدفعهم لتنفيذ المطلوب، ومجيء السلعة إليه من عناصر الترغيب والترهيب، مع استخدام أفضل وسيلة للإقناع في هذا الإشهار هي البيان العملي والتجربة الشخصية المعاصرة للحدث، فقد كانوا على مقربة وبينه وتجربة منذ لحظات بالمتكلم، وصدق حديثه في الترغيب والترهيب، هذا أفضل الوسائل للإقناع في هذا الإشهار التي حققت الاتصال .

2 - الغاية المعلنة وغير المعلنة:

لقد توارت الغاية الحقيقية من الإشهار وراء طلب يوسف رؤية أخيهم، ولم يذكر لهم أنه أخوه وهو يريد أن يرى أخاه الشقيق الوحيد بنيامين، حيث الهدف المعلن هو طلب أخ لهم من أبيهم، وهذا القول يصح أن يطلق على أي أخ آخر لهم غير بنيامين، فربما يكون يعقوب قد تزوج وأنجب لهم أخا آخر، لكنه علم منهم أنه لا أخ لهم غير شقيق سوى بنيامين، وذلك بالدخول معهم في حوار عائلي أسري، حيث اطمأن منهم أن يعقوب عليه السلام لم ينجب في فترة غيابه عنهم ولم

يتزوج، وقد استعان بالتعميم في حديثه لإخفاء الغاية الحقيقية من طلبه

3- اللغة المنطوقة وغير المنطوقة:

أ) اللغة المنطوقة:

تمثلت اللغة المنطوقة في جمل العبارة الإشهارية، التي هي جمل قصيرة موجزة حققت الغاية التواصلية منها: (ائتوني بأخ لكم من أبيكم)، هذه الجملة الطلبية التي هي أساس الإشهار، وتحمل مضمونه والغاية منه، ولهذا فهي قصيرة واضحة لا لبس فيها، وعلى الرغم من ذلك قد حققت المطلوب وحددته بدقة متناهية، تتكون من: فعل + فاعل + مفعول مجرور + مجرورات .

الجمل المكمل للإشهار: هي جملة استفهامية الغرض منها التقرير والتأكيد على ما فعله معهم وتحمل معنى الترغيب، وجملة شرطية تحمل معنى الترهيب .

لقد بدت العبارة الإشهارية متكاملة وحاملة الشيء المطلوب أو المعلن عنه في الإشهار، والترغيب والترهيب الذي هو نتيجة لفعل أو عدم فعل المطلوب من المتلقي .

ب) اللغة غير المنطوقة:

1- اللغة الإيحائية:

العبارة الإشهارية التي ندرسها تقدم لنا طلبا بسلعة هي بنيامين في صورة بسيطة، يطلب فيها عزيز مصر أخاهم دون تحديد لاسمه لرؤيته فقط، هذا ما يوحي به ظاهر ألفاظ العبارة، مما جعل إخوته يقتنعون ببراءة الطلب، وأنه لم يطلبه ليأخذه عنده، ولو علموا ذلك ما جاءوا به من البادية، بل إن الإيحاء البسيط ببراءة طلب المشتري جعلهم يقنعون أباهم ببساطة الطلب وحاجتهم إلى تنفيذه، فقالوا له سناود عنه أباه وأنا لفاعلون .

إن عنصر الإقناع في العبارة جاء من بساطة وبراءة المعنى الذي أوحى به العبارة لهم لذا فعلوا ما طلب منهم، أما السبب الحقيقي لهذا الطلب فسوف تظهره الأحداث القادمة، هنا يبدو دور اللغة الإيحائية في عملية الإقناع بهذا الطلب حيث تدخل في هدوء، وتتسلل إلى اللاشعور الإنساني رافعة راية البحث عن معان إنسانية بحثة؛ كالصدق أو الأمانة والصحة والسعادة؛ وهي أشد المناطق هشاشة في داخل النفس

الإنسانية، حيث لا يفكر الشخص في أي موانع نفعية أخرى (كالمال - الجاه - المكانة) في سبيل تحقيق هذه الغاية النبيلة، لكي يصل الإشهار إلى غايته الدفينة غير المعلنة، ولهذا العمل أدواته التي يحقق بها هذا الأمر عن طريق الإيحاء، وقد استخدمها يوسف وهي :

1- بساطة الأسئلة التي دارت بينه وبينهم عن الأهل. أحوال بلادهم.

عددهم .

2- تقريبيهم إليه وحسن إقامتهم عنده والترحيب بهم .

3- الوفاء بالكيل .

كل هذه الأشياء أوحى إليهم بحبه لهم، مما دفعهم إلى الثقة فيه وفي براءة مطلبه خاصة أنه دخل إليهم من جانب لم يتوقعوه؛ وهو اتهامهم بالتجسس وأنهم أعداء؛ فتحولوا إلى موقع المتهم ثم المدافع الذي يحاول أن يبرئ نفسه، فكيف للمتهم أن يتهم من يحقق معه، ويوجه إليه الأسئلة أو يشك فيه؟!!

إن مجمل عمل اللغة الإيحائية في هذا الإشهار ظهرت بوضوح في قوله لهم: ألا ترون أنني أوفي الكيل وأنا خير المنزلين. بعد تقديم طلبه مباشرة، كأنه يقول لهم: هاأنذا أكرمتكم لكنني لي طلب واحد منكم، هو أن تأتوا بأخيكم فهل أنتم ستقدرون حسن فعلي معكم وإكرامي لكم بتحقيق طلبي هذا؟!!

وكانه شعر بأن جانب الترغيب قد لا يجدي معهم، فألحق الترهيب بالترغيب ليتم الفعل الشرطي المقترن في العبارة، باستدعاء الاتنين معا الرغبة بالكيل والرغبة من ضياعه، فعندما يتناسون إكرامه لهم، يدركهم ترهيبه فيعودون .

كان الرد السريع منهم كنتيجة لعمل هذا الإيحاء في عقولهم: سنراود عنه أباه ولم يقولوا سنراود عنه أبانا لبيان أن الملكية الخاصة به تعود لأبيه، كأنهم يقولون: إننا ليس لنا الحق في أن نأتي به، فالحق لصاحبه وهو أبو يعقوب، ولكننا سنحاول إقناعه، وإشارة إلى تمييزهم بينهم وبين أخيه بنيامين، فهو أخو غير شقيق والصلة بينهم وبينه هو أنه ابن يعقوب، ولهذا ينسبونه لأبيه .

2- اللغة الانفعالية:

يستخدم الإشهار وسائل نفسية لإقناع المستهلك بالسلعة، وذلك بإثارة الطاقة الانفعالية التي تختفي داخل الإشهار، وتحمل حجما كبيرا من الانفعال الذي يتسلل إلى لا شعوره فيقنعه، ويجعله يستجيب لما يطلب منه ويقبل مسرعا علي تلك السلعة .

إنه لا يبحث عما داخل اللاشعور بأبعاده الفردية والجماعية، بل يشوش على الوجود الإنساني ذاته من خوف واكتئاب وقلق وإحساس بالذنب فكلها أحاسيس يمكن تحويلها من خلال وسائل الإقناع السري إلى محفزات شراء .

إن السلعة التي لدينا هي بنيامين، والمشتري هو يوسف وهو من عليه فعل ذلك لأنه صاحب مصلحة في إتمام الصفقة، فلذا سيقوم بالتأثير النفسي على البائع وليس العكس، فإخوة يوسف لم يعرضوا أخاهم للبيع ولم يطلبوا من يوسف السماح لهم باستقدام بنيامين، بل هو من طلب ذلك منهم، ولهذا كان عليه أن يقوم بذلك التأثير الانفعالي عليهم - كما سنرى - لإتمام البيع .

خطة يوسف للوصول إلى منطقة لاشعور إخوته والتشويش على وجودهم :

لقد استخدم وسائل الإقناع النفسية بما لها من تأثير انفعالي على المتلقي، للوصول إلى اللاشعور وما وراء اللاشعور من حرص الإنسان على وجوده في الحياة، وما يثيره داخله من خوف وقلق واكتئاب. ففعل ما يأتي:

1- تم هذا كله من خلال عبارة واحدة في هذا الإشهار كان لها فعل السحر بما لديها من طاقة انفعالية تحدثنا عنها فيما سبق وهذه العبارة هي:

﴿فَإِنْ لَمْ تَأْتُونِي بِهِ فَلَا كَيْلَ لَكُمْ عِنْدِي وَلَا تَقْرَبُون﴾ [يوسف: 60]

إن الجزء الأول من العبارة هو أخطر ما فيها وهو (لا كيل لكم عندي) وهو أشد الترهيب، وقد جاء تركيبها النحوي على الأصل فأتى اسم لا النافية للجنس ثم بعده خبرها، ليبين نفي جنس الكيل مطلقاً عنهم، وهو أشد تهديد لهم .

إن ما تم إثارته في نفوسهم هو ما يترتب على المنع من فناء لهم ولأبنائهم، فآثار شعور الخوف والحرص على البقاء لديهم، وهو أشد المناطق هشاشة في داخل أي إنسان، وهي أكثر تأثيراً من الجملة التي قبلها وهي ألا ترون أنني أوف الكيل وأنا خير المنزلين، لأن شعور الإنسان بالخوف أشد تأثيراً وإثارة للهلع والفرع من شعور الأمل بالقادم، كما أنه في هذه الجملة التي توحى بالأمل في العطاء لم يذكر

فيها ذلك قط، بل هي تذكير بما قدم إليهم، فلم يقل لهم سوف أعطيك
كذا وكذا إن جنتم بأخيك، بل قال مهددا: فلا كيل لكم عندي ولا
تقربون، بما يفيد النفي المطلق لأي كيل سيأخذونه منه .
كذلك حديثه عن العطاء القريب لا يؤثر في نفوسهم مثل حديثه عند
التهديد القادم، فالإنسان يخاف من الغد المجهول الذي به الوعيد أكثر
من شعور بالأمن، ولو كان قريبا ملموسا .
إثارة انفعال الأب:

بدأ الإخوة بالتأثير على أبيهم باستخدام اللغة الانفعالية وما بها من
طاقة، وذلك من خلال الحوار الآتي :
أولا: البدء بتقديم المبرر القهري الذي دفعهم لإرسال أخيهم ثم طلب
إرساله: منع منا الكيل، طلب إرسال أخيهم معهم .
ثانيا: فتح المتاع، وجود البضاعة به، معاودة الطلب السابق في هذا
الحوار:

أ - البدء بالاستفهام الاستنكاري: يا أبانا ما نبغي ؟ ليثيروا في نفسه
والحضور الدهشة لرفضه سفر بنيامين، ثم أعقبوا ذلك بذكر فوائد هذه
الصفقة عليهم:

- 1- بضاعتنا ردت إلينا .
- 2- نمير أهلنا، وكلمة الأهل تشمل النساء والأطفال والشيوخ، وهم
أقل الناس صبرا على الجوع، وكأنهم يقولون: يا أبانا ستقتل أحفادك
جوعا .
- 3- نحفظ أخانا .
- 4- نزداد كيل بغير .
- 5 - تبسيط القضية في عين أبيهم وبيان عظمة الربح (ذلك كيل
يسير) .

وهذا اختصار لجملة الفوائد الحاصلة لهم من هذه الصفقة .

3- اللغة الرمزية:

كانت كلمات العبارة ترمز إلى أشياء ومعان نفهمها منها، وإن لم
ننطق بها، منها:

أخ: فهي تصح على أي أخ لهم من أبيهم، ولكنهم لا أخ لهم من
أبيهم سوى بنيامين فهي تشير إليه فقط، وترمز إلى شدة ذكاء يوسف

في إطلاق لفظ عام، مع إرادته معنى مخصوص لا ينطبق إلا عليه، مع عدم ذكر اسمه .

ائتوني: رمزت إلى مكانة بنيامين عنده، فلم يطلب منهم أن يشتريه منهم أو يأخذه عنوة على الرغم من تخطيطه لذلك، ولكن برغبة بنيامين ورضاه .
الفضاء الذهني:

الفضاء الذهني الذي يقابلنا في هذا الإشهار هو صورة بنيامين في ذهن يوسف، فقد غاب عنه سنوات عديدة وتركه طفلاً صغيراً، وكان يوسف غلاماً أكبر منه، فكيف تكون صورة أخيه الحبيب الذي حرم منه، لقد رسم يوسف صورة له في ذهنه رآها في عيون إخوته، ومن خلال سؤاله عنه وحديثهم عنه، وكان يوسف يود لو أنهم أحضروه معهم ولكنه كتم شوقه إليه في نفسه؛ لأنه مأمور بفعل ذلك فعليه أن يصبر على فراق أخيه وأبيه .

ثالثاً النظريات الحديثة:

أ - نظرية التداولية:

الحوار الذي تم بين يوسف وإخوته هو (ائتوني بأخ لكم من أبيكم) وقد قام الحوار على عناصر:

- 1 - الإشارات: ضمير (المتكلم: الياء، المخاطب: لكم) .
- 2 - الافتراض السابق: أن يكون يوسف قد سألهم عن أفراد أسرتهم، وهو ما ذكره الرازي إن هذا الكلام (ائتوني بأخ لكم من أبيكم) قد سبق كلام أدي إلى، وهو سؤالهم عن أهلهم .
- 3 - الاستلزام الحوارية: هنا أن يكون إخوة يوسف قد أبدوا تقاعساً عن طلبه فأراد حثهم على تلبية طلبه فاستخدم الترغيب والترهيب؛ ليفعلوا ذلك فقال تلك العبارة التالية، ففهم من كلامه وجوب إحضار أخيهام إلى العزيز، وإن لم يفعلوا وقعوا في مشاكل كثيرة .
ويقوم الاستلزام الحوارية هنا على مبدأ التعاون من خلال تحديد المقصود بأخ لكم من أبيكم فهو يعني بنيامين وهم أيضاً يقصدونه أيضاً، على الرغم من اعتقادهم أن يوسف لا يعرف من هو أخوهم الذي من أبيهم، كذلك فهمهم المقصود بالكيل، ولهذا تمت عملية التفاهم والتواصل بينهم بنجاح لاتفاق الطرفين بصورة غير معلنة على أن المطلوب شيء واحد .
- 4- الأفعال الكلامية: العبارة الإشهارية بها نوعان من الأفعال الكلامية هما الأفعال:

أ - **الالتزامات:** وهي تعني التزام المتكلم بوعده بقطعه على نفسه، فهو يؤكد لإخوته أن (بالوعيد) أنه لا كيل لهم ولا يُقربون من العزيز إن لم يحضروه .

ب - **الطلبات:** وتضم الأفعال الكلامية الدالة على الطلب، وقد جاء هنا فعل الطلب على صيغة افعل (ائتوني) .

تحليل لآلية الإقناع التداولية:

يقوم الفعل اللغوي وفق النظرية التداولية بتقسيم الملفوظ إلى ثلاثة أقسام: فعل إنتاج - فعل إنجاز - فعل تأثير .

(1) فعل إنتاج: ويشمل العناصر اللغوية لإنتاج الملفوظ (صوت . نحو . دلالة)، إنه بناء الوحدة اللفظية بعيدا عن السياق .

(2) الفعل الإنجازي: يأتي السياق بعد إنتاج الوحدة اللفظية بالفعل الإنجازي وهو إنجاز الفعل داخل السياق، حيث ترتبط بسياقات التلفظ دلالات وأبعاد أخرى تدل على أننا نقوم بشيء ما، ونحن نتلفظ بهذه الكلمات مثل الوعد أو الوعيد أو التأكيد وهي قيم ليست قارة في الملفوظ، لكن نستنتجها من خلال السياق فنفهم من تلك الوحدات أشياء سنقوم بها لم تنطق في الوحدات اللغوية المذكورة .

(3) الفعل التأثيري: وهو السلوك الناتج عن فعلي القول والإنجاز السابقين .

ويمكن تصور هذا العملية بمراحلها المختلفة من هذا الشكل:

فعل إنتاج (يمثل وحدة مضمونية متضمنة في الكلمة) << فعل إنجازي (وهو القيم المرتبطة بسياقات التلفظ، ودلالات نهائية استنتاجية لهذا الملفوظ في سياقاته التي يرد فيها) << مما يؤدي إلى قوة ثلاثة هي الآثار النفسية التي يتركها الملفوظ في نفس المتلقي، أي الفعل التأثيري (وهي نتائج هذه الأفعال على سلوك المتلقي ومعتقداته ثم يتجسد هذا الفعل (قاعدة الفعل) في سلوك عيني، يتحقق من خلال حدوث تغير في قناعات المتلقي الفكرية أو الدينية، وهذا هو الهدف النهائي من عملية الإشهار، حيث يتحقق بتحول المتلقي من مجرد مستمع إلى مؤمن بهذه الفكرة ومقتنع بها ومقبل عليها هنا يتحول الأمر من مجرد إثارة انتباه بفعل قولي ملفوظ إلى فعل إنجازي، هو تجسيد لهذا التأثير والاقتناع بالإقبال عليه .

ويمكن تطبيق هذا القول على هذا الإشهار:

فعل إنتاج (انتوني بأخ لكم من أبيكم) — << فعل إنجازي (هذا السياق أثار في نفس يوسف خشية ألا يفعلوا ما طلب منهم: فألحق طلبه وعزره بالوعد والوعيد ليعطي كلامه قوة إنجازيه) — << فعل تأثيري (وكان تأثير هذه الإثارة وتلك القوة الإنجازية في الفعل الكلامي السابق بوعده ووعيده أن قالوا: سنراود عنه أباه وإنا لفاعلون) .
بما يعني أنه قد تم ليوسف ما طلبه من إخوته، دون تحديد لزمان التنفيذ .

هذا العمل المتسلسل يعبر عن فكر متنامي حول غاية يصنعها المتكلم بفعله الكلامي لإنجاز غاية تظهر في السلوك العيني التي تتم بعد إنجاز هذا الكلام .

الفعل الكلامي: (فعل إنتاج) — < (فعل إنجازي) — < (قاعدة الفعل).

ف نجد أن الهدف من الرسالة الكلامية أو الإشهارية قد تحقق، فالغرض من الإشهار هو إقناع المتلقي بالمنتج أو الفكرة أو السلعة .

القسم الثاني من الإشهار الثالث:

إشهار إخوة يوسف عن قوتهم:

1- ﴿إِذْ قَالُوا لِيُوسُفُ وَأَخُوهُ أَحَبُّ إِلَيْنَا مِمَّا نَحْنُ عُصْبَةٌ إِنَّ

أَبَانَا لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ﴾ [يوسف: 8] .

2- ﴿لَئِنْ أَكَلَهُ الذَّنْبُ وَنَحْنُ عُصْبَةٌ إِنَّا إِذًا لَخَاسِرُونَ﴾ [يوسف:

14].

لن نتعرض له خشية الإطالة

الإشهار الرابع

الإشهار عن سلع متنوعة

القسم الأول: إشهار عن عمل أدبي (قصة):

﴿نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ﴾ [يوسف: 3] .

مقدمة :

إنه إشهار عن عمل أدبي كما يحدث في يومنا من الإعلان في الصحف عن قصة جديدة أو رواية أو قصيدة أو غيرها، وهو هنا قصة أدبية تدخل ضمن قسم السيرة الذاتية كنوع من الأعمال القصصية، هي

سيرة نبي الله يوسف بطل تلك القصة، وكان مدخل القصة هو تفسير رؤيا منامية لصبي صغير تتحول إلى حقيقة يتم عرضها في نهاية القصة، وكان الغرض من السورة كلها ذكر هذه القصة . يتم تقديم القصة في بداية السورة بوصف لها بأنها أحسن القصص، وهذا الوصف يمرّ علينا لأول مرة في قصص قرآني، فهو إشهار عن عمل أدبي يصفه الله بهذه الصفة، فقد ورد الفعل: (قَصَّ) بخمس مواضع قرآنية، هي: قال تعالى: ﴿تِلْكَ الْقُرَى نَقُصُّ عَلَيْكَ مِنْ أَنْبَاءِهَا﴾ [الأعراف:

[101] .

قال تعالى: ﴿وَكُلًّا نَقُصُّ عَلَيْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الرُّسُلِ﴾ [هود: 120] .

قال تعالى: ﴿نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ﴾ [يوسف: 3] .

قال تعالى: ﴿نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ نَبَأَهُمْ بِالْحَقِّ﴾ [الكهف: 13] .

قال تعالى: ﴿كَذَلِكَ نَقُصُّ عَلَيْكَ مِنْ أَنْبَاءِ مَا قَدْ سَبَقَ﴾ [طه: 99] .

فلا نجد فيهم هذا الوصف إلا في سورة يوسف، بل لو قابلنا بين الآيتين في سورة يوسف وسورة الكهف لظهر لنا الفرق واضحا نجد أن النصين تطابقا تماما، إلا في هذه الصفة (أحسن القصص) فهذا دليل على أن ذلك إشهار عن تلك القصة ووصف لها . عناصر البناء القصصي:

1- الأبطال: آل بيت يعقوب (يوسف وأبوه وإخوته)، وأشخاص ثانوية: مالك بن ذعر وعزيز مصر وملك مصر وزوجة العزيز ونسوة المدينة وأصحاب السجن .

2- حبكة القصة: تظهر في توالى الأحداث وترابطها وتسلسلها مع مراحل عمره وتأويل الرؤيا في آخر القصة، والمطابقة بينهما (القصة والرؤيا) .

3- العقدة والحل: إلقاء يوسف في البئر وخروجه منه/ اتهامه بالزنا وبراءته من التهمة/ دخوله السجن وخروجه منه/ الرؤيا، ثم تأويله لها .

القاص: هو أصدق القائلين سبحانه، واستخدم ضمير الجمع للمتكلم للتعظيم، عليك: تعظيم لمن يُقَصُّ عليه؛ فالله عظيم يقص على من يصطفيه من خلقه. أحسن القصص: ليس من صنع خيال الأديب، بل حديث صدق من رب الكون .

أولاً: مع المفسرين:

تفسير ابن كثير:

قال تعالى: (نحن نقص عليك أحسن القصص بما أوحينا إليك هذا القرآن) بسبب إيحائنا إليك هذا القرآن، وقد ورد في سبب نزول هذه الآية ما رواه ابن جرير عن ابن عباس قال: قالوا: يا رسول الله صلى الله عليك وسلم لو قصصت علينا؟ فنزلت: نحن نقص عليك أحسن القصص، فأرادوا القصص فدلهم على أحسن القصص (1).

تفسير القرطبي:

قوله تعالى: (نحن نقص عليك) ابتداء وخبره أحسن القصص بمعنى المصدر، والتقدير: قصصنا أحسن القصص. وأصل القصص تتبع الشيء، فالقاص يتبع الآثار فيخبر بها. والحسن يعود إلى القصص لا إلى القصة. يقال: فلان حسن الاقتصاص للحديث أي جيد السياقة له (2).

يذكر القرطبي أسباب الحسن في القصة وهي:

اختلف العلماء لم سميت هذه السورة أحسن القصص من بين سائر الأفاصيص؟

1- فقيل: لأنه ليست قصة في القرآن تتضمن من العبر والحكم ما تتضمن هذه القصة؛ وبيانه قوله في آخرها: ﴿لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةً لِأُولِي الْأَبْصَارِ﴾ [يوسف: 111].

2- وقيل: سماها أحسن القصص لحسن مجاوزة يوسف عن إخوته، وصبره على أذاهم، وعفوه عنهم - بعد الالتقاء بهم - عن ذكر ما تعاطوه وكرمه في العفو عنهم، حتى قال: ﴿قَالَ لَا تَثْرِيبَ عَلَيْكُمُ الْيَوْمَ﴾ [يوسف: 92].

3- وقيل: لأن فيها ذكر الأنبياء والصالحين والملائكة والشياطين، والجن والإنس والأنعام والطيور، وسير الملوك والممالك، والتجار والعلماء والجهال، والرجال والنساء وحيلهن ومكرهن، وفيها ذكر التوحيد والفقهاء والسير وتعبير الرؤيا، والسياسة والمعاشرة وتدبير المعاش، وجمل الفوائد التي تصلح للدين والدنيا.

4- وقيل: لأن فيها ذكر الحبيب والمحبوب وسيرهما.

(1) تفسير القرآن العظيم: ج2، ص467.

(2) تفسير القرطبي: ج5، ص3349.

5- وقيل: (أحسن) هنا بمعنى أعجب .
6- وقال بعض أهل المعاني: إنما كانت أحسن القصص لأن كل من ذكر فيها كان مآله السعادة؛ انظر إلى يوسف وأبيه وإخوته، وامرأة العزيز؛ قيل: والملك أيضا أسلم بيوسف وحسن إسلامه، ومستعبر الرؤيا الساقى، والشاهد فيما يقال: فما كان أمر الجميع إلا إلى خير (1)

تفسير الرازي:

وزاد الرازي بقوله: " القصص إتياع الخبير بعضه بعضا وأصله في اللغة المتابعة، قال تعالى: ﴿وَقَالَتْ لِأُخْتِهِ قُصِّيهِ﴾ [القصص: 11] أي اتبعي أثره، وقال تعالى: ﴿فَارْتَدَّا عَلَى آثَارِهِمَا قَصَصًا﴾ [الكهف: 64] أي اتبعا، وإنما سميت الحكاية قصصا لأن الذي يقص الحديث يذكر تلك القصة شيئا فشيئا، كما يقال تلا القرآن إذا قرأه لأنه يتلو أي يتبع ما حفظ منه آية بعد آية، والقصص في هذه الآية يحتمل أن يكون مصدرا بمعنى الاقتصاص، يقال قص الحديث يقصه قاصا وقصصا إذا طرده وساقه، وعلى هذا التقدير فالحسن يعود إلى حسن البيان لا إلى القصة، والمراد من هذا الحسن كون هذه الألفاظ فصيحة بالغة في الفصاحة إلى حد الإعجاز، ألا ترى أن هذه القصة مذكورة في كتب التواريخ مع أن شيئا منها لا يشابه هذه السورة في الفصاحة والبلاغة، وإن حملناه على المفعول كان معنى كونه أحسن القصص لما فيه من العبر والنكت والحكم والعجائب التي ليست في غيرها (2)

فوائد القصة عند الرازي: فإن إحدى الفوائد التي في هذه القصة أنه لا دافع لقضاء الله تعالى ولا مانع من قدر الله تعالى، وأنه تعالى إذا قضى للإنسان بخير ومكرمة فلو أن أهل العلم اجتمعوا عليه لم يقدروا على دفعه، والفائدة الثانية: دلالتها على أن الحسد سبب للخذلان والنقصان، والفائدة الثالثة: أن الصبر مفتاح الفرج كما في حق يعقوب عليه السلام، فإنه لما صبر فاز بمقصوده، وكذلك في حق يوسف عليه السلام (3)

تفسر النسفي:

(1) تفسير القرطبي: ج5، ص3349.

(2) تفسير الرازي: المجلد التاسع، ج18، ص70.

(3) المرجع السابق: المجلد التاسع، ج18، ص70.

(نَحْنُ نَقْصُ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقِصَصِ) نبيين لك أحسن البيان، والقاص الذي يأتي بالقصة على حقيقتها عن الزجاج، وقيل: القصاص يكون مصدراً بمعنى الاقتصاص نقول: قص الحديث يقصه قصصاً، ويكون فعلاً بمعنى مفعول كالنفض والحسب، فعلى الأول معناه نحن نقص عليك أحسن الاقتصاص، والمراد بأحسن الاقتصاص أنه اقتصص على أبداع طريقة وأعجب أسلوب فإنك لا ترى اقتصاصه في كتب الأولين مقارباً لاقتصاصه في القرآن. وإن أريد بالقصاص المقصوص فمعناه نحن نقص عليك أحسن ما يقص من الأحاديث، وإنما كان أحسن لما يتضمن من العبر والحكم والعجائب التي ليس في غيره .

والظاهر أنه أحسن ما يقتص في بابيه كما يقال: (فلان أعلم الناس) أي في فنه، واشتقاق القصاص من قص أثره إذا تبعه لأن الذي يقص الحديث يتبع ما حفظ منه شيئاً فشيئاً (1).

خواطر الشعراوي:

حين يتحدث الحق - سبحانه - عن فعل من أفعاله؛ ويأتي بضمير الجمع؛ فسبب ذلك أن كل فعل من أفعاله يتطلب وجود صفات متعددة؛ يتطلب: علماً؛ حكمة؛ قدرة؛ إمكانات.

وهنا يتكلم - سبحانه - بأسلوب يعبر عن أفعال لا يقدر عليها غيره؛ بالدقة التي شاءها هو - سبحانه - فيقول: (نَحْنُ نَقْصُ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقِصَصِ) وحدد - سبحانه - أنه هو الذي يقص، وإذا وجد فعل لله؛ فنحن نأخذ الفعل بذاته وخصوصه؛ ولا نحاول أن نشق منه اسماً نطلقه على الله؛ إلا إذا كان الفعل له صفة من صفاته التي علمناها في أسمائه الحسنى؛ لأنه الذات الأقدس .

ونعلم أن كلمة " قص " تعني الإتيان، وقال بعض العلماء: إن القصة تسمى كذلك لأن كل كلمة تتبع كلمة، ومأخوذة من قص الأثر، وهو تتبع أثر السائر على الأرض، حتى يعرف الإنسان مصير من يتبعه ولا ينحرف بعيداً عن الاتجاه الذي سار فيه من يبحث عنه. إذن فالقص ليس هو الكلمة التي تتبع كلمة، إنما القص هو تتبع ما حدث بالفعل. وهكذا نعلم أن القص هو تتبع ما حدث بالفعل، فتكون كل كلمة مصورة لواقع لا تيسر فيه أو خيال ولا تزيد، وليس كما يحدث في القصص الفني الحديث؛ حيث يضيف القصاص لقطات خيالية من أجل الحبكة الفنية والإثارة وجذب الانتباه. أما قصص القرآن فوضعها مختلف تماماً، فكل قصص القرآن إنما يتبع ما حدث فعلاً؛ لناخذ منها

(1) تفسير النسفي: ج2، ص212.

العبرة؛ لأن القصة نوع من التاريخ. ولا يقولن أحد: إن القرآن لم يستطع أن يأتي بقصة كاملة مستوفية فقد شاء الحق - سبحانه - أن يأتي بقصة يوسف من أولها إلى آخرها مُستوفية، ففيها الحدث الذي دارت حوله أشخاص، وفيها شخصٌ دارت حوله الأحداث. قصة يوسف - عليه السلام - في القرآن لا تتميز بالحبكة فقط؛ بل جمعت نوعي القصة بالحدث الذي تدور حوله الشخصيات، وبالشخص الذي تدور حوله الأحداث.

جاءت قصة يوسف بيوسف، وما مرَّ عليه من أحداث بدءاً من الرؤيا، ومروراً بحقد الأخوة وكيدهم، ثم محاولة الغواية له من امرأة العزيز، ثم السجن، ثم القدرة على تأويل الأحلام، ثم تولي السلطة، ولقاء الأخوة والإحسان إليهم، وأخيراً لقاء الأب من جديد. (نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ) يبيِّن لنا أن الحُسن أتى لها من أن الكتب السابقة تحدثت عن قصة يوسف، لكن أحبار اليهود حين قرؤوا القصة كما جاءت بالقرآن ترك بعضهم كتابه، واعتمد على القرآن في روايتها، فالقصة أحداثها واحدة، إلا صياغة الأداء؛ وتلمّسات المواجيد النفسية؛ وإبراز المواقف المطوية في النفس البشرية؛ وتحقيق الرؤى الغيبية كل ذلك جاء في حبكة ذات أداء بياني مُعجز جعلها أحسن القصص.

أ: هي أحسن القصص بما اشتملت عليه من غير متعددة، عبر في الطفولة في مواجهة الشيوخوخة، والحقد الحاسد بين الأخوة، والتمرد، وإلقائه في الجب والكيد له، ووضع سجيناً بظلم، وموقف يوسف عليه السلام من الافتراء الكاذب، والاعتزاز بالحق حتى تم له النصر والتمكين. وكيف ألقى الله على يوسف - عليه السلام - محبة منه؛ ليجعل كل من يلتقي به يحب خدمته.

وكيف صان يوسف إرث النبوة بما فيها من سماحة وقدرة على العفو عند المقدرة؛ فعفا عن إخوته بما روثه السورة: ﴿قَالَ لَا تَثْرِيبَ عَلَيْكُمُ الْيَوْمَ يَغْفِرُ اللَّهُ لَكُمْ وَهُوَ أَرْحَمُ الرَّاحِمِينَ﴾ [يوسف: 92]، وهكذا تمتلئ سورة يوسف بعبر متناهية، يتجلّى بعض منها في قضية دخوله السجن مظلوماً، ثم يأتيه العفو والحكم؛ لذلك فهي أحسن القصص؛ إما لأنها جمعت حادثة ومن دار حولها من أشخاص، أو جاء بالشخص وما دار حوله من أحداث.

أو: أنها أحسن القصص في أنها أدت المُتَّحد والمتفق عليه في كل الكتب السابقة، وجاء على لسان محمد الأمي الذي لا خبرة له بتلك الكتب؛ لكن جاء عَرَضُ الموضوع بأسلوب جذاب مُسْتَمِيل مُفْنَع مُمْتَع.
أو: أنها أحسن القصص لأن سورة يوسف هي السورة التي شملت لقطاتٍ متعددةٍ تساير العمر الزمني والعمر العقلي والعمر العاطفي للإنسان في كل أطواره؛ ضعيفاً مغلوباً على أمره وقويماً مسيطراً، مُمَكِّناً من كل شيء.

بينما نجد أنباء الرسل السابقين جاءت كلقطاتٍ مُوزَّعةٍ كآيات ضمن سُورٍ أُخرى؛ وكل آية جاءت في موقعها المناسب لها.
إذن: فالحُسْنُ البالغ قد جاء من أسلوب القرآن المعجز الذي لا يستطيع واحد من البشر أن يأتي بمثله.

ثانياً: الدراسات الحديثة:

1- الإشهار والتواصل:

هذا الإشهار يحقق نوعاً آخر من التواصل ليس بين أفراد المجتمع، إنما يحقق التواصل التاريخي بين الإنسان وماضيه، فقد صحح ما كان في كتب أهل الكتاب ما قصص عن نبي الله يوسف وإخوته بعد ما دخلها من تحريف وتغيير أحدثه فيه اليهود، فتم التواصل بيننا وبين الماضي القديم من تاريخ نبي الله يوسف عليه السلام، وذلك من خلال قصة رويت في سورة باصدق كتاب لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه علي لسان نبي صادق أمين، يقصها رب العالمين، ومن أصدق من الله حديثاً؟!!

لقد تبيّن المصدر الأصلي لتلك القصة، ليكون التواصل بين السلعة ومصدر إنتاجها وقاصها صحيحاً بيّناً، فمصدر ذلك الله، فهو يقول: بما أوحينا إليك، أي ما يُقَصُّ عليك من قصص إنما هو من عندنا، وقد أوحيناه إليك .

2 - الغاية من الإشهار:

الغاية الظاهرة للإشهار هي التسرية عن الصحابة، استجابة لمطلبهم بهذا الشأن، فقد قالوا لرسول الله صلي الله عليه وسلم لو تقص علينا، فأنزل الله نحن نقص عليك أحسن القصص .

لكن الغاية الحقيقية هي أخذ العبرة والموعظة، وبيان أمور كثيرة ذكرها المفسرون من غايات دينية وأخرى دنيوية، ولكن الغاية من جانب الإشهار تبدو مختلفة عما سبق بما أضافت من زوايا للرؤية

جديدة هي وضع أسس للبناء الذي يجب أن يكون عليه العمل الأدبي الناجح، كصديق الرواية، وكيف يدخل القاص إلى أعماق النفس الإنسانية، ويُخرج مكنونها ومشاعرها، بل الولوج إلى اللاشعور الإنساني ووصفه والتفاعل معه، وكيف يجذب القاص المتلقي إليه عند تقديم قصته كسلعة له، ذلك بوصفها في جمل موجزة، وهو عنصرها في الإشهار، وهو الإيجاز فيدخل إلى لب القضية مباشرة، نحو ما نراه هنا من وصف القصة بأنها أحسن القصص، وأنها أصدق القصص، وأنها وحي من الله، وليست من وحي خواطر البشر وما بها من هوى النفس، لقد كان النص القرآني حريصاً على بيان تلك الصفة في القصة، حيث ذكر تلك الغاية بوضوح في نهاية السورة أو قل في نهاية القصة، وهي رسالة لمن طلبوا التسرية بتلك القصة بأن الغاية من القصة ليست أحاديث سمر إنما هي عبرة وهي صدق جاء لتصديق ما بين يديك، وتفصيل ما كنتم تجهلون، وهدى ورحمة لقوم يؤمنون. ﴿لَقَدْ كَانَ فِي قَصصِهِمْ عِبْرَةً لِّأُولِي الْأَلْبَابِ مَا كَانَ حَدِيثًا يُفْتَرَىٰ وَلَٰكِن تَصْدِيقَ الَّذِي بَيْنَ يَدَيْهِ وَتَفْصِيلَ كُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ﴾ [يوسف: 111]،

3 - اللغة المنطوقة واللغة غير المنطوقة:

أ) اللغة المنطوقة:

اللغة التي جاءت فيها العبارة الإشهارية موجزة جداً، فهي جملة واحدة اسمية (نحن نقص عليك أحسن القصص) مكونة من جملة كبرى (الجملة الاسمية الأساسية) وجملة فعلية خبرية .
هذه الجملة عبرت بكلماتها القليلة عن الغرض منها، وهو الإشهار عن قصة هي أحسن القصص، فهذه الجملة بمحتواها اللفظي المنطوق تعبر عن معان تعجز كل عبارات اللغة أن تقولها، فلو استبدلناها بعبارة أخرى أو استبدلنا إحدى كلماتها بأخرى لم ننجح في ذلك، وهذا يدل على البناء اللغوي المحكم للعبارة، فلو استبدلنا (نحن) بأي ضمير آخر؛ نجد أنه لا يصح غيره مكانه، فلا يعطي المعاني المستقرة في هذا الضمير من الدلالة على :

1- تعظيم القاص سبحانه وتعالى .

2- الموقعية: وهي الدلالة التي اكتسبها هذا الضمير من موقعه في الجملة، فتقديم الفاعل على الفعل والمفعول، وتحويل الجملة الفعلية إلى اسمية أظهر أهمية الفاعل وعظمته .

3- إضافة الحدث إلى الذات الإلهية عظم القصة، ومن سنقص عليه القصة. عليك: دل علي خصوصية النبي عند ربه بتوجيهه القصة له بضمير خطاب. أحسن القصص: كلمة (أحسن) لبيان الأفضلية على سائر القصص وقد ذكر المفسرون سبب هذه الأفضلية، فيما نقلته عنهم إنفاً، كذا (قص) التي تعنى الرواية الصحيحة الدقيقة، وخصوصاً إذا أسندت إلى الله تعالى، ولذا لم ترد في القرآن كله كلمة نحكي مقابل (نقص) التي تكررت خمس مرات بمواضع مختلفة ذكرتها آنفاً لاختلافهما في الدلالة على الحقيقة وصدقها .
(ب) اللغة غير المنطوقة:

(1) اللغة الانفعالية:

الطاقة الانفعالية المودعة داخل ألفاظ هذا الإشهار تأتي من يقين هؤلاء القوم بالله الذي جعلهم يستشعرون عظمة القصة من عظمة القاص سبحانه وتعالى، فبدأ تفكيرهم ينطلق نحو سماع أحداث القصة التي ترويها لهم آيات السورة، على أنها أحداث يعيشونها كأفراد داخل الحدث، يشاركون أبطاله ما يفعلون؛ فهم ليسوا مجرد مستمعين له، بل تجد مشاعر المتلقي تتدفق مع تلك الأحداث؛ فيبكي عندما يُلقى يوسف في البئر ويسعد عندما ينصره الله على إخوته، لقد بدأ الشعور بهذه الطاقة الانفعالية من بداية القصة في إسناد القص إلى رب العالمين، ثم وصف القصة بأنها أحسن القصص، فكلمتا نحن نقص أعطنا جلالاً للقصة وصدقاً للأحداث .

كذلك الطاقة الانفعالية التي في (أحسن القصص) حيث اكتملت الصورة الانفعالية السابقة، فنحن نستشعر العظمة في أن الله سيقص علينا، ثم هو يقص علينا أحسن ما في تاريخ البشرية من قصص واقعي حقيقي، فقد جمع بين عظمة القاص والقصة، فقد وصل إلى منطقتة اللاشعور عندنا ليثير فيها حب الاستطلاع والمعرفة بأخبار الأولين في دقة وصدق، ولتحطم بذلك ما خُزن فيها من أساطير وأكاذيب وأغلاط صنعها اليهود حول القصة وبطلها .
(2) اللغة الرمزية:

كانت ألفاظ الإشهار ترمز إلى معان غير منطوقة فيها بل تفهم منها فقد كانت كلمة (أحسن) رمزا إلى بلوغ منتهى الحسن في العمل الأدبي.

(3) اللغة الإيحائية:

هي اللغة التي تتسلل إلى داخل النفس الإنسانية لتتنشئ واقعا جديدا يعيش فيه المتلقي لحظة الإشهار فيعيش مع المنتج، يستهيم فيه ويقتنع به، فقولته تعالى: " نحن نقص عليك أحسن القصص " يحيا معها المتلقي في عالم جديد، عالم من القصص والغيبات والخيال والتاريخ الماضي؛ القاص فيه هو الله، فكيف يكون هذا العالم؟! فهذا إشهار عن قصة هم في شوق إلى معرفتها، لما فيها من قصص الأنبياء وبما يحيط بها من جلال وعظمة وهيبة وتقديس، فإنه سيخلق واقعا جديدا في نفوسهم بسماع تلك القصة التي هم في شوق إليها تُقص من عالم الغيب والشهادة فيمحون بذلك كل ما كان في ذاكرتهم عن تلك القصة؛ فيما سمعوه من أكاذيب من بني إسرائيل، ليستبدلوه بواقع الصدق والحقيقة؛ لأن القاص فيه هو الله، ثم وصف القصة من الله بأنها أحسن القصص أدخل القصة إلى عالم آخر جعل المتلقي يبحث عن مواضع الحسن فيها، هل في القصة أم في العبرة؟ أم...؟ أم...؟ وقد عدد المفسرون مواضع كثيرة للحسن في القصة .

4. الفضاء الذهني :

هو العالم الذي يعيش فيه الحدث وصاحبه خلف حُجُبِ الواقع متسترين بستائر الصمت الذي يعملان فيه؛ لفهم ما يدور حولهما، لقد كان الفضاء الذهني لأصحاب رسول الله صلى الله عليه وسلم مليء بالأكاذيب والافتراء على يوسف وإخوته، كقصته مع النسوة اللاتي راودنه عن نفسه، لا يسمعهما أحد إلا ظن بنبي الله السوء، وهو بريء من كذبهم، وجاءت هذه القصة التي يقصها علينا الله رب العالمين ومن أصدق منه قيل؟! فخلق ذلك عالما جديدا من الفضاء الذهني الواقعي الحقيقي الجديد في داخل كل المتلقين، يضع فيه الحق كل شيء في موضعه ويبينه على حقيقته، فيصنع ذلك صورة جديدة لهذا النبي الكريم في البنية التصويرية للصحابة الكرام بملامحها، حقيقية نقية يعلوها العفة والطهر والتسامح والكرم .

لقد تمثل الفضاء الذهني هنا في بناء صورة جديدة صحيحة لنبي الله يوسف في ذهن الصحابة، ونحن من بعدهم ليوم الدين، وكان ذلك من خلال أدوات لصنع هذا الفضاء منها :

- 1- مكانة القاص من الصدق واليقين والعلم بالغيب.
- 2- ما في القصة من حقائق لا علم لهم بها، وحقائق مشوشة يكسوها الافتراء والأكاذيب على نبي الله وإخوته .

3- تصويره لأحداث وأصحابه وما في داخل أنفسهم من مكنون لا يعلمه إلا علام الغيوب .

4- استخلاص العبر والعظة من القصة في نهايتها؛ قد ساعد في بناء صورة ذهنية واضحة لديهم عن طريق تلخيص الأحداث وإيجازها، فتنبي الصورة الذهنية لمجمل الأحداث وأصحابها بوضوح ونقاء .

هذا ما جعلهم يرون القصة في داخل فضاء ذهني جديد جذبهم إليها، وجعلهم يتلقون القصة وأبطالها في إطار جديد، إطار الحقيقة والصدق والحسن .

ثالثاً : النظريات الحديثة:

(أ) نظرية المزج المفهومي :

تعمل عملية المزج المفهومي من خلال شبكة المزج المفهومي على توصيل الفكرة القادمة من هذا الإشهار، فيما وراء الوعي دون أن تدرك كيف تم ذلك ولكنه يتم من خلال عدة عناصر تقوم عليها هي :

- 1- الأفضية الذهنية .

- 2- عملية الإسقاط ما بين تلك الأفضية .

- 3- عمليات المزج والإسقاط الانتقائي (التركيب - الإكمال - البلورة).

تحليل عمل الأفضية:

- 1- **الفضاءان الدخلان:** فضاء الدخل الأول (أ) قصة يوسف في ذهن الصحابة وما بها من أكاذيبها، وفضاء الدخل الثاني (ب) قصة يوسف التي سيقصها الله صادقة صحيحة .

- 2- **الفضاء الجامع:** يتم الجمع فيه بين الفضاءين الدخلين (أ، ب) فهو الفضاء الذهني المنسوخ من الجمع بينهما؛ لإنتاج صورة ذهنية في البنية التصويرية للصحابة لقصة يوسف في شكل جديد يكسوها الصدق والحقيقة، لتخرج لنا كأحسن قصص .

- 3- **فضاء المزيج:** بعد الانتقال من الفضاء السابق ننتقل إلى فضاء المزيج، حيث يتم المزج بين الدخلين (أ، ب) قصة كاذبة يقصها بنو إسرائيل وقصة صادقة يقصها الله، فكل منهما يمثل مصدراً لإسقاط المعارف الخاصة به على الذهن، وبالمزج والتوليف بين مكونات الفضاءين الدخلين المتضادين، فهي عملية عقلية تقوم على قدرة

المتلقي على الجمع بينهما، لتخرج بمعان جديدة لنا لا توجد في أي من الفضاءين مستقلين .

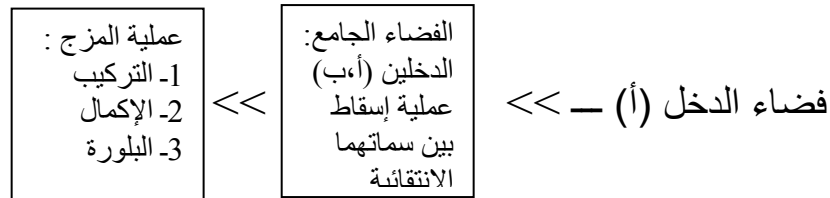
4- عمليات المزج: تقوم عملية المزج على عدة عمليات هي: التركيب، الإكمال، البلورة .

(أ) التركيب: وهي عملية ميلاد للفكرة الناتجة عن عملية الإسقاط الانتقائي، بالبحث عن علاقات جديدة تجمع بين الفضاءين الدخلين، نقول: قصة يرويهها إنسان قاص، فنجمع بالذهن كل السمات الانتقائية لصفة القاص أو الراوي، ثم نقول: الله يقص علينا، فنجمع في الذهن كل الصفات الانتقائية لصفة صدق والعلم، ويتم المقابلة بينهما لنخرج بمعنى جديد، هو صورة قصة حقيقية هي أحسن القصص .

(ب) الإكمال: وهي عملية إنشاء لمعان جديدة لا يحملها منطوق الفضاءين الدخلين، فتأتي بعد عملية التركيب السابقة عملية الإكمال بمحور جديد؛ هو: أن هاتين الصفتين (الصدق في قصص الله والكذب في قصص البشر) يمكن أن ننقي من السمات الانتقائية لهما السمات المطلوبة لإنشاء قصة من أحسن القصص، فتقوم عملية الإكمال على أكساء المعاني أو التصورات الناشئة من عملية التركيب؛ جملة من الأبعاد مستمدة من المعارف العامة المشتركة والتجربة الجماعية، لما يجب أن تكون عليه القصة المثالية كعمل أدبي راق .

(ج) البلورة: تطوير لعملية المزيج من حيث تصورها وتخليها، بتوسيع مدى المعنى الجديد وتفصيله وأبعاده وتحميله بدلالات مخصوصة رمزية وغير رمزية، فنجد صورة القصة اختلفت عن ذي قبل من تحميلها مضامين إنسانية واجتماعية وعبر وحكم لكي تكون قصة من أحسن القصص .

يمكن تصور ما حدث في ذهن الصحابة من عمليات من خلال هذا الشكل :



ب - النظرية التداولية:

قام هذا الإشهار على عبارة إشهارية حوارية تداولية بين الحق تبارك وتعالى وبين رسوله الكريم، وقد قام الحوار على عناصر:

1 - الإشارات: ضمير (المتكلم: نحن، المخاطب: الكاف) .

2- الافتراض السابق: أن يكون الصحابة قد طلبوا من الرسول أن يقص عليهم قصة .

3 - الاستلزام الحوارية: هنا أن يكونوا قد حددوا له قصة معينة، وهي قصة آل يعقوب، وقد حدث هذا فعلاً فقد سمعوا من قبل من أقوال بني إسرائيل فأرادوا معرفة حقيقة الأمر من السماء .

يقوم الاستلزام الحوارية هنا على مبدأ التعاون من خلال تحديد الغرض من القصة وأصحابها، وهو اختبار السائل وهم بنو إسرائيل للمسلمين عن علمهم بهذه القصة، وعندما قصها عليهم رب العالمين في تلك السورة لم يستطيعوا إنكارها، فهي معروفة عندهم وإن أضمره، ولهذا تمت عملية الحوار بينهما بنجاح، فقد جاءهم الخبر اليقين من السماء، فلم يعترضوا على شيء منه .

4- الأفعال الكلامية: يمكن النظر إلى هذه العبارة الإشهارية على أن بها نوع واحد من الأفعال الكلامية هو فعل (الإخبار): وهو من الأفعال التي تصف وقائع وأحداثاً في العالم الخارجي، وتقوم بنقل الواقع نقلاً أميناً، ويبدو هنا في إخبار الله لنا أنه هو من سيقص علينا أحسن القصص .

ج - النظرية العرفانية:

ترى هذه النظرية أننا لكي ندرك شيئاً ما أو نفهمه، لا بد من عمليات عقلية ذهنية تمكننا من ذلك. فلكي نقبل على قصة يوسف يجب أن نعرف من سيقص علينا هذه القصة، وهذا معرف حتى في عصرنا من سؤال المتلقي عن القصة التي تقدم له؛ فيقول: لمن من الأدباء هذه

القصة؟ فإن كانت لمشاهير الأدباء أقبل عليها القارئ بشغف وتلهف، بل إنه يقرأ القصة وفي ذهنه خلفية كبيرة تدفعه للقراءة، هي التاريخ الأدبي للرجل، فإذا كان القاص علينا هنا هو الله تبارك وتعالى فإن الأمر يختلف، حيث تتم عمليات عقلية من مستوى أعلى وأعظم وأعمق من الاهتمام والشغف، وذلك لعدة أسباب:

1- أن القاص هو أصدق القائلين سبحانه وتعالى، فننجذب لعظمته ولصدقته .

2- القصة تتناول أشخاص واقعية حقيقية والمتلقي في شغف لسماع قصتهم .

3- المتلقي يريد معرفة القصة؛ للرد على بني إسرائيل وبيان كذب مزاعمهم .

4- وصف الحق للقصة بأنها أحسن القصص، أعطى لها مكانة العالية لديهم .

تتركز العمليات العقلية للمتلقي حول هذه القصة في إدخالها إلى بؤرة فهمه، فتقوم عمليات إسقاط بين المجالات المختلفة لإتمام هذا الفهم، حيث نحاول فهم مجال من خلال مجال آخر، فنفهم قيمة هذه القصة ومكانتها عند المتلقي من خلال إسقاط المعارف المتعلقة بمجال المصدر (قصة يقصها الله) على المعارف المتعلقة بمجال الهدف (أفضل قصص البشر) فنرى أننا قد فهمنا أن قصة يقصها الله قد كسا ذلك هذه القصة رهبة وتقديسا واحتراما وتصديقا، مما يجعلنا نرى فيها نموذجا لأحسن القصص، ولا يوجد أحسن منها فيما نعرف من قصص البشر، بل في قصص القرآن الكريم نفسه، فلم توصف قصة من قصص القرآن بهذه الصفة سوى هذه القصة، ونرى فيها كيف تكون القصة الأدبية الحسنة.

ويمكن تصور العملية العقلية التي تمت فيها من خلال الشكل الآتي:

1- المعارف المتعلقة بمجال المصدر (قصة يقصها الله) - << (من خلال عملية إسقاط هذه المعارف على الهدف) .

2- المعارف المتعلقة بمجال الهدف (أفضل قصص البشر) - << (عملية مقابلة بين المعارف المتشابهة بين المجالين) .

3- النتيجة بناء صورة جديدة في ذهن المتلقي (بالبنية التصورية له) عن مجال الهدف (أفضل قصص البشر) فيرى كيف تكون أفضل القصص.

ملاحظة:

العملية العرفانية هنا تقوم على عملية المقابلة بين أفضل قصص البشر، وقصة يرويها الله تبارك وتعالى، فخلق ذلك استعدادا داخليا لدى المتلقي لقبول القصة وتصديقها، وملاحظة كل كلمة فيها، وما يمكن أن يفهمه منها، بل إنه يصل نتيجة تلك العمليات العقلية العرفانية إلى مرحلة من المعيشة للأحداث التي بالقصة كمشاركة الأبطال معاناتهم وفرحهم، فكل ما مره من محن مختلفة يشعر به المتلقي؛ فكأنني به يقول لإخوة يوسف وهم يلقونه في البئر، ويصرخ من داخله، وفي صمته الذي يكسوه:

اتقوا الله في أخيكم إنه نبي الله، فكيف تفعلون به ذلك؟! فالحالة النفسية والعمليات العقلية التي تتم داخل ذهنه مسببة انفعالات كبيرة من الخوف عليه في البئر، أو في السجن.

القسم الثاني: إشهار عن بضاعة مزجاة:

العبارة الإشهارية: (وَجِئْنَا بِبُضَاعَةٍ مُزْجَاةٍ) في قوله تعالى:

﴿لَمَّا دَخَلُوا عَلَيْهِ قَالُوا يَا أَيُّهَا الْعَزِيزُ مَسْنَا وَأَهْلْنَا الضَّرَّ وَجِئْنَا بِبُضَاعَةٍ مُزْجَاةٍ فَأَوْفِ لَنَا الْكَيْلَ وَتَصَدَّقْ عَلَيْنَا إِنَّ اللَّهَ يَجْزِي الْمُتَصَدِّقِينَ﴾ [يوسف: 88].

مقدمة:

بعد أن ضاقت بإخوة يوسف سبيل العيش جاءوا إليه مستعطفين طالبين أن يرفق بهم لما وقع عليهم من مجاعة طالبين منه الميرة لأهلهم، وقد حملوا معهم بضاعة مزجاة.

وقد تحدثوا معه واضعين بضاعتهم في منزلته التي تستحقها جاعلين حديثهم في قالب إشهاري جديد لم نره من قبل في السورة حتى الآن، كان من نتائج هذا القالب أن عطف عليهم يوسف وغفر لهم ما فعلوه فيه، واستغفر لهم الله.

وقد قام هذا الإشهار الناجح على خطة وضعها الإخوة لاستعطاف أخيهم، يمكن أن نعرفها من خلال التحليل القادم.

أولا: مع المفسرين:

تفسير ابن كثير:

قوله: " فَلَمَّا دَخَلُوا عَلَيْهِ " تَفْهِيمُ الْكَلَامِ: فَذَهَبُوا وَدَخَلُوا مِصْرَ
 وَدَخَلُوا عَلَى يُوسُفَ قَالُوا يَا أَيُّهَا الْعَزِيزُ مَسْنَا وَأَهْلُنَا الضَّرُّ يَعْشُونَ مِنْ
 الْحَدَبِ وَالْقَحْطِ وَقَلَّةِ الطَّعَامِ، " وَجِئْنَا بِبِضَاعَةٍ مُزْجَاةٍ " أَي وَمَعَنَا ثَمَنُ
 الطَّعَامِ الَّذِي نَمْتَارُهُ وَهُوَ ثَمَنٌ قَلِيلٌ قَالَهُ مُجَاهِدٌ وَالْحَسَنُ وَغَيْرُ وَاحِدٍ
 وَقَالَ ابْنُ عَبَّاسٍ الرَّدِيءُ لَا يُنْفَقُ مِثْلُ خَلْقِ الْغَرَارَةِ وَالْحَبْلِ وَالشَّيْءِ
 وَفِي رِوَايَةٍ عَنْهُ الدَّرَاهِمُ الرَّدِيئَةُ الَّتِي لَا تَجُوزُ إِلَّا بِنُقْصَانٍ وَكَذَا قَالَ
 قَتَادَةُ وَالسُّدِّيُّ وَقَالَ سَعِيدُ بْنُ جُبَيْرٍ: هِيَ الدَّرَاهِمُ الْفُسُولُ وَقَالَ ابْنُ
 صَالِحٍ هُوَ الصَّنَوْبَرُ وَحَبَّةُ الْخَضِرَاءِ وَقَالَ الضَّحَّاكُ فَاسِدَةٌ لَا تُنْفَقُ وَقَالَ
 أَبُو صَالِحٍ جَاءُوا بِحَبِّ الْبُطْمِ الْأَخْضَرِ وَالصَّنَوْبَرِ وَأَصْلُ الْإِزْجَاءِ الدَّفْعُ
 لِضَعْفِ الشَّيْءِ كَمَا قَالَ حَاتِمٌ طَبِيٌّ:

لَيْبِكَ عَلَى مَلْحَانَ ضَيْفٍ مُدَافِعٍ وَأَرْمَلَةٌ تُزْجِي مَعَ اللَّيْلِ أَرْمَلًا ...
 وَقَوْلُهُ إِخْبَارًا عَنْهُمْ: " فَأَوْفَ لَنَا الْكَئِيلُ " أَي أَعْطَانَا بِهِذَا الثَّمَنَ الْقَلِيلَ
 مَا كُنْتُ نُعْطِينَا قَبْلَ ذَلِكَ ... وَتَصَدَّقَ عَلَيْنَا وَقَالَ ابْنُ جُرَيْجٍ وَتَصَدَّقَ عَلَيْنَا
 بَرْدٌ أَخِينَا إِلَيْنَا وَقَالَ سَعِيدُ وَالسُّدِّيُّ: " وَتَصَدَّقَ عَلَيْنَا " يَقُولُونَ تَصَدَّقْ
 عَلَيْنَا بِقَبْضِ هَذِهِ الْبِضَاعَةِ الْمُزْجَاةِ وَتَجُوزُ فِيهَا (1).

تفسير القرطبي:

قوله تعالى: فلما دخلوا عليه قالوا يا أيها العزيز أي الممتنع، مسنا
 وأهلنا الضر هذه المرة الثالثة من عودهم إلى مصر وفي الكلام حذف،
 أي فخرجوا إلى مصر، فلما دخلوا على يوسف قالوا: مسنا أي أصابنا
 وأهلنا الضر أي الجوع والحاجة .

قوله تعالى: **وجئنا ببضاعة**، البضاعة القطعة من المال يقصد بها
 شراء شيء؛ تقول: أبضعت الشيء واستبضعته أي جعلته بضاعة.
 قوله تعالى: **"مزجاة"** صفة لبضاعة؛ والإزجاء السوق بدفع...
 والمعنى أنها بضاعة تدفع؛ ولا يقبلها كل أحد. قال ثعلب: البضاعة
 المزجاة الناقصة غير التامة. اختلف في تعيينها هنا؛ فقيل: كانت قديدا
 وحيسا؛ ... وقيل: خلق الغرائر والحبال؛ روي عن ابن عباس، وقيل:
 متاع الأعراب صوف وسمن؛ وقيل: الحبة الخضراء والصنوبر وهو
 البطم، حب شجر بالشام؛ يؤكل ويعصر الزيت منه لعمل الصابون
 فباعوها بدراهم لا تنفق في الطعام، وتنفق فيما بين الناس؛ فقالوا: خذها
 منا بحساب جواد تنفق من الطعام. وقيل: دراهم رديئة، وقيل: ليس

(1) تفسير القرآن العظيم: ج2، ص488.

عليها صورة يوسف، وكانت دراهم مصر عليهم صورة يوسف. وقال الضحاك: النعال والأدم؛ وعنه: كانت سويقا منخلا. والله أعلم .
قوله تعالى: " فأوف لنا الكيل وتصدق " فيه أربع مسائل:
الأولى: قوله تعالى: فأوف لنا الكيل يريدون كما تباع بالدرهم الجياد لا تنقصنا بمكان دراهمنا؛ هذا قول أكثر المفسرين. وقال ابن جريج: فأوف لنا الكيل يريدون الكيل الذي كان قد كاله لأخيهم وتصدق علينا أي تفضل علينا بما بين سعر الجياد والرديئة... قيل المعنى: تصدق علينا بالزيادة على حقنا... وقال ابن جريج المعنى تصدق علينا برد أخينا إلينا. وقال ابن شجرة: تصدق علينا تجوز عنا؛ استشهد بقول الشاعر:

تصدق علينا يا ابن عفان واحتسب وأمر علينا الأشعري لياليا

إن الله يجزي المتصدقين يعني في الآخرة؛ يقال: هذا من معاريض الكلام؛ لأنه لم يكن عندهم أنه على دينهم، فلذلك لم يقولوا: إن الله يجزيك بصدقك، فقالوا لفظاً يوهمه أنهم أرادوه، وهم يصح لهم إخراجهم بالتأويل؛ قاله النقاش وفي الحديث: إن في المعاريض لمنذوحة عن الكذب (1)

تفسير الرازي:

اعلم أن المفسرين اتفقوا على أن ههنا محذوفاً والتقدير: أن يعقوب لما قال لبيه: " اذهبوا فتحسسوا من يوسف وأخيه " قبلوا من أبيهم هذه الوصية فعادوا إلى مصر ودخلوا على يوسف عليه السلام فقالوا له: " هو القوى العزيز " فإن قيل: إذا كان يعقوب أمرهم أن يتحسسوا أمر يوسف وأخيه فلماذا عدلوا إلى الشكوى وطلبوا إيفاء الكيل؟ قلنا: لأن المتحسسين يتوسلون إلى مطلوبهم بجميع الطرق والاعتراف بالعجز وضيق اليد ورقة الحال وقلة المال وشدة الحاجة مما يرقق القلب فقالوا: نجربه في ذكر هذه الأمور فإن رق قلبه لنا ذكرنا له المقصود وإلا سكتنا. فلهذا السبب قدموا ذكر هذه الواقعة وقالوا: (هو القوى العزيز) والعزيز هو الملك القادر المنيع (مسناً وأهلنا الضر) وهو الفقر والحاجة وكثرة العيال وقلة الطعام وعنوا بأهلهم من خلفهم (وجئنا ببضاعة مزجاة).

واعلم أن حاصل الكلام في كون البضاعة مزجاة إما لقلتها أو لنقصانها أو لمجموعها ولما وصفوا شدة حالهم ووصفوا بضاعتهم

(1) تفسير القرطبي: ج5، ص3481 - 3483 .

بأنها مزجاة قالوا له: (فَأَوْفِ لَنَا الْكَيْلَ) والمراد أن يساهلهم إما بأن يقيم الناقص مقام الزائد أو يقيم الرديء مقام الجيد، ثم قالوا: (وَتَصَدَّقْ عَلَيْنَا) والمراد المسامحة بما بين الثمنين وأن يسعر لهم بالرديء كما يسع بالجيد، وروي أنهم لما قالوا: (مَسَّنَا وَأَهْلُنَا الضَّرْبَ) وتضرعوا إليه اغرورقت عيناه فعند ذلك قال: (هَلْ عَلِمْتُمْ مَا فَعَلْتُمْ بِيُوسُفَ وَأَخِيهِ) وقيل: دفعوا إليه كتاب يعقوب فيه من يعقوب إسرائيل الله ابن إسحق ذبيح الله ابن إبراهيم خليل الله إلى عزيز مصر. أما بعد: فإننا أهل بيت موكل بنا البلاء أما جدي فشددت يده ورجلاه ورمي في النار ليحرق فنجاه الله وجعلها برداً وسلاماً عليه، وأما أبي فوضع السكين على قفاه ليقتل ففداه الله، وأما أنا فكان لي ابن وكان أحب أولادي إلي فذهب به إخوته إلى البرية ثم أتوني بقميصه ملطخاً بالدم وقالوا قد أكله الذئب فذهبت عيناى من البكاء عليه، ثم كان لي ابن وكان أخاه من أمه وكنت أتسلى به فذهبوا به إليك ثم رجعوا وقالوا: إنه قد سرق وإنك حبسته عندك وإنما أهل بيت لا نسرق ولا نلد سارقاً، فإن رددته علي وإلا دعوت عليك دعوة تدرك السابع من ولدك.

فلما قرأ يوسف عليه السلام الكتاب لم يتمالك وعيل صبره وعرفهم أنه يوسف. ثم حكى تعالى عن يوسف عليه السلام في هذا المقام أنه قال: (هَلْ عَلِمْتُمْ مَا فَعَلْتُمْ بِيُوسُفَ وَأَخِيهِ) قيل إنه لما قرأ كتاب أبيه يعقوب ارتعدت مفاصله واقتشعر جلده ولان قلبه وكثر بكأؤه وصرح بأنه يوسف.

وقيل: إنه لما رأى إخوته تضرعوا إليه ووصفوا ما هم عليه من شدة الزمان وقلة الحيلة أدركته الرقة فصرح حينئذ بأنه يوسف، وقوله: (هَلْ عَلِمْتُمْ مَا فَعَلْتُمْ بِيُوسُفَ) استفهام يفيد تعظيم الواقعة، ومعناه: ما أعظم ما ارتكبتم في يوسف وما أقبح ما أقدمتم عليه، وهو كما يقال للمذنب هل تدري من عصيت وهل تعرف من خالفت؟ (1).

تفسير الألوسي:

(فلما دخلوا عليه): أي على يوسف عليه السلام بعد ما رجعوا إلى مصر بموجب أمر أبيهم، وإنما لم يذكر إيداناً بمسارعتهم إلى ما أمروا به وإشعاراً بأن ذلك أمر محقق لا يفتقر إلى الذكر والبيان...

(1) التفسير الكبير: المجلد التاسع، 18، ص 165.

(قالوا يا أيها العزيز): خاطبوه بذلك تعظيماً له على حد خطابهم السابق به على ما هو الظاهر... يا أيها الملك القادر المنيع (مسناً وأهلنا الضر) الهزال من شدة الجوع، والمراد بالأهل ما يشمل الزوجة وغيرها.

(وجئنا ببضاعة مزجية): مدفوعة يدفعها كل تاجر رغبة عنها واحتقاراً، من أزجيته إذا دفعته وطردته والريح تزجي السحاب... وعلى كل - فمزجاة - صفة حقيقية للبضاعة، وقال الزجاج: هي من قولهم: فلان يزجي العيش أي يدفع الزمان بالقليل، والمعنى إنا جئنا ببضاعة يدفع بها الزمان وليس مما ينتفع بها، والتقدير على هذا ببضاعة مزجاة بها الأيام أي تدفع بها ويصير عليها حتى تنقضي كما قيل: **درج الأيام تدرج * وبيوت الهم لا تلج.**

وما ذكر أولاً هو الأولى، وعن الكلبي أن (مزجاة) من لغة العجم، وقيل: من لخط القبط، وتعقب ذلك ابن الأنباري بأنه لا ينبغي أن يجعل لفظ معروف الاشتقاق والتصريف منسوباً إلى غير لغة العرب فالنسبة إلى ذلك مزجاة...

ثم قالوا: (فأوف لنا الكيل) أي أتمه لنا ولا تنقصه لقلّة بضاعتنا أو رداءتها، واستدل بهذا على أن الكيل على البائع ولا دليل فيه. (وتصدق علينا) ظاهره بالإيفاء أو بالمسامحة وقبول المزجاة أو بالزيادة على ما يساويها... والظاهر كما قال الزمخشري: أنهم تمسكوا له عليه السلام بقولهم: (مسناً) طلبوا إليه يتصدق عليهم بقوله: (وتصدق علينا) فلو لم يحمل على الظاهر لما طابقه ذلك التمهيد ولا هذا التوطيد أعني (إن الله يجزي المتصدقين) بذكر الله تعالى وجزائه الحاملين على ذلك وإن فاعله منه تعالى بمكان.

قال النقاش: وفي العدول عن إن الله تعالى يجزيك بصدقتك إلى ما في النظم الكريم مندوحة عن الكذب فهو من المعاريض، فإنهم كانوا يعتقدونه ملكاً كافراً وروى مثله عن الضحاك، ووجه عدم بدءهم بما أمروا به على القول بخلاف الظاهر في متعلق التصديق بأن فيما سلّوه استجلاباً للشفقة والرحمة فكأنهم أرادوا أن يملأوا حياض قلبه من نميرها ليسقوا به أشجار تحسسهم لتثمر لهم غرض أبيهم، ووجه بعضهم بمثل هذا ثم قال: على أن قولهم (وتصدق) الخ كلام ذو وجهين

فإنه يحتمل الحمل على المحملين فلعله عليه السلام حمله على طلب الرد ولذلك (قال) مجيباً عما عرضوا به وضمنوه كلامهم من ذلك (1).

خواطر الشيخ الشعراوي:

لم يذكر الحق سبحانه اسم مَنْ دخلوا عليه، لأنه بطل القصة، والضمير في "عليه" لا بُدَّ أن يعود إلى معلوم، ونادوه بالتفخيم قائلين: (يا أَيُّهَا الْعَزِيزُ مَسَّنَا وَأَهْلْنَا الضَّرُّ) أي: أن الجوع صَيَّرَنَا إِلَى هُزَالٍ، وبدعوا بترقيق قلب مَنْ يسمعهم؛ بعد تفخيمهم له؛ فهو الأعلى وَهُوَ الْأَدْنَى.

ويستمر قولهم: (وَجِنَّا بِبِضَاعَةِ مَرْجَاةٍ فَأَوْفِ لَنَا الْكَيْلَ وَتَصَدَّقْ عَلَيْنَا إِنَّ اللَّهَ يَجْزِي الْمُتَصَدِّقِينَ) ونعلم أنهم قد جاعوا ليتحسسوا أمر يوسف وأخيه، وقد اختاروا مَدْخَلَ التَّرْقِيقِ وَالتَّفْخِيمِ كَلَوْنَ مِنَ الْمَكْرِ، فالتفخيم بندائه بلقب العزيز؛ أي: المالك المُتَمَكِّن؛ ويعني هذا النداء أن ما سوف يطلبونه منه هو أمر في متناول سلطته والتريق بشكوى الحال من جوع صار بهم إلى هُزَالٍ، وأعلنوا قدومهم ومعهم بضاعة مزجاة، أي: بضاعة تُسْتَعْمَلُ كَأَثْمَانٍ لِمَا سَوْفَ يَأْخُذُونَهُ مِنْ سِلْعٍ.

وكلمة: (مَرْجَاةٍ) أي: مدفوعة من الذي يشتري أو يبيع.

إذن: فما معنى قول الحق سبحانه: (بِضَاعَةِ مَرْجَاةٍ) ولكي تعرف المعنى بإحساسك؛ جَرَّبَ هَذَا الْأَمْرَ فِي نَفْسِكَ، وراقب كيف تدفع ثمن أي شيء تشتريه؛ فإن كان معك نقود قديمة ونقود جديدة؛ ستجد أنك تدفع قيمة ما تشتريه من النقود القديمة؛ وسوف تجد نفسك مرتاحاً لاحتفاظك بالنقود الجديدة لنفسك.

وقد يقول لك مَنْ تشتري منه: "خذ هذه الورقة النقدية القديمة التي تدفعها لي، واستبدلها لي بورقة جديدة". فما دامت النقود سوف تدفع؛ فأنت تريد أن تتخلص من النقود القديمة؛ وتفعل ذلك وأنت مُرتاح، وبذلك يمكننا أن نفهم معنى: (بِضَاعَةِ مَرْجَاةٍ) على أنها بضاعة رديئة. فكان الضُّرُّ الذي أصابهم جعلهم عاجزين عن دفع الأثمان للميرة التي سوف يأخذونها؛ مثل الأثمان السابقة التي تميزت بالجودة.

(فَأَوْفِ لَنَا الْكَيْلَ وَتَصَدَّقْ عَلَيْنَا إِنَّ اللَّهَ يَجْزِي الْمُتَصَدِّقِينَ) أي: أنهم يرجونه أن يُوفِّيَ لَهُمُ الْكَيْلَ وَلَا يَنْقُصَهُ؛ إِنْ كَانَ مَا جَاءُوا بِهِ مِنْ أَثْمَانٍ لَا يُوفِي مَا تَسَاوَاهُ الْمِيرَةُ وَطَالِبُوهُ أَنْ يَعتَبِرَ تِلْكَ التَّوْفِيقَةَ فِي الْكَيْلِ صَدَقَةً.

(1) روح المعاني: المجلد السابع، ج7، ص419.

وبذلك رثوه إلى ثمن أعلى مما حملوه من أثمان، وفوق قدرة البشر على الدَّفْع؛ لأن الصدقة إنما يُثيب عليها الحق سبحانه وتعالى. وانظر إلى ما فعلته الترقيقات التي قالوها؛ نظر إليهم يوسف عليه السلام وتبسم، ولما تبسم ظهرت ثنياه، وهي ثنياه مميزة عن ثنياه جميع مَنْ رأوه. وجاء الحق سبحانه بما قاله: (قَالَ هَلْ عَلِمْتُمْ) (1).

ثانياً: الدراسات الحديثة:

1 - الغاية غير المعلنة من الإشهار:

ذكر الرازي رأيين للغاية من هذا الإشهاري:

(أ) أنهم ذهبوا ليتحسسوا من يوسف وأخيه كما أمرهم أبوهم ووصاهم.

(ب) أنهم عدلوا عن تلك الوصية وطلبوا الإيفاء بالكيل، ويدافع عن الرأي الثاني بأنهم استخدموا أسلوب الاستعطاف للوصول إلى غايتهم للأخوين.

والحق أنهم جاءوا لتحقيق الهدفين معاً: تحسس أخبارهما، والحصول على الكيل إذا سمحت الفرصة لهذا وذاك.

استعانوا لذلك بخطة تحقق لهم غرضهم المعلن وغير المعلن؛ ذكرها الرازي قائلاً: إن المتحسسين يتوسلون إلى مطلبهم بجميع الطرق... من ضيق اليد وقلة المال وشدة الحاجة مما يرقق قلبه، فقالوا: نجربه في ذكر هذه الأمور، فإن رق قلبه لنا ذكرنا له المقصود وإلا سكتنا (2).

كل هذا في سبيل تحقيق الغاية غير المعلنة التي جاءوا من أجلها.

2 - اللغة المنطوقة وغير المنطوقة:

(أ) اللغة المنطوقة:

حققت اللغة المنطوقة في الإشهار الغاية منه، فقد عرضت المنتج بصورة جديدة رائعة، حرص فيها أصحابه على تقديم منتجهم الذي لا يساوي ثمن الحنطة التي يطلبونها في شكل جديد لا يعرفه إلا أصحاب البضاعة البسيطة، وتلك استراتيجية إخوة يوسف في عرض سلعتهم المزجاة على المشتري، تقوم على الضرب على وتر آخر لم يفكر فيه المشتري، وهو البعد الإنساني الذي يدفع المستهلك إلى الشراء، مع ترك ميدان صراع المكسب والخسارة الذي يسيطر على كل من البائع والمشتري، فكلاهما يحرص على أن يخرج من هذا الصراع رابحاً،

(1) من أحاديث الشيخ على الشبكة العنكبوتية (انترنت).

(2) التفسير الكبير: ج18، ص165.

وقد علموا أنهم ولاشك خاسرون في هذا الصراع فبضاعتهم مزجاة، ولا يستطيعون خداع المشتري فهو عزيز مصر، فقالوا كما ذكر الرازي لا بد أن نحاول استعطافه، واستعانوا على ذلك بالصدق في وصف بضاعتهم، فقالوا مشهرين عنها: وجئنا ببضاعة مزجاة . إذن لا بد من استراتيجية جديدة مخالفة لما سبق وهي ما ذكره الرازي من خطة الاستعطاف واسترقاق قلب الوزير، ولكن كيف يكون ذلك؟!!

لقد جاءت اللغة المنطوقة معبرة بدقة عن تلك الخطة، حيث النص القرآني أتى مصورا للحدث في صورة طلب استعطاف مقدم منهم إلى عزيز مصر كالإلتماس الذي يُقدم إلى رئيس مصلحة أو هيئة للحصول على شيء منه أو أن يطلب منه العفو، فعادة ما يقوم مقدم الإلتماس (في عصرنا) بالبدا بتعظيم رئيس الهيئة، ثم يستعطفه ويشكو إليه ضيق الحال والحاجة إلى المال، ثم يذكر طلبه من هذا الرئيس، ثم يختم طلبه بالشكر لهذا الرئيس، والدعاء له .

هذا ما فعله إخوة يوسف على الترتيب ذاته، وكان أصول كتابة الشكاوى والإلتماسات وما يماثلها؛ تراث متوارث في مصر، ورثه المصريون عن أجدادهم؛ فنجد الطلب المقدم مكون من خمس جمل كل جملة تقابل عنصرا من العناصر الإلتماسات المعاصرة، فلننظر إليه على أساس هذا الترتيب :

1- المقدمة بها تعظيم رئيس الهيئة أو المصلحة: **قَالُوا يَا أَيُّهَا الْعَزِيزُ.**

2 - الشكوى من ضيق الحال ومعاناتهم (الأطفال ونساء): **مَسَّنَا وَأَهْلُنَا الضَّرُّ .**

3- وصف السلعة بصدق كدليل على ضيق الحال وشدته: **وَجِئْنَا بِبِضَاعَةٍ مُزْجَاةٍ .**

4 - طلبهم المقدم في الإلتماس:

(أ) **فَأَوْفِ لَنَا الْكَيْلَ (ب) وَتَصَدَّقْ عَلَيْنَا**

5- إنهاء الطلب بالدعاء لرئيسهم: **إِنَّ اللَّهَ يَجْزِي الْمُتَصَدِّقِينَ**

لو أننا نظرنا إلى هذه الجمل لوجدنا أن الجملة الإشهارية مختفية في العبارة الإشهارية، بالضبط في وسطها بالجملة الثالثة؛ تلك الجملة التي يعلن فيها إخوة يوسف عن سبب مجيئهم إلى مصر بعد واقعة السرقة، وهو الحصول على الحنطة ببيع سلعتهم، وبينوا نوع السلعة

التي جاءوا بها (سلعة رديئة) وتسبق هذه الجملة جملتان استعطافيتان، وبعدها جملتان استعطافيتان أيضا، إلى حد أننا قد لا ننتبه إلى وجود هذه الجملة الإشهارية المدسوسة وسط تلك العبارة، ولهذا لن ندرك ما قالوه في وصف بضاعتهم بالسوء وسط ما قالوه من الاستعطاف الذي رفق لهم قلب يوسف، فنجحت بذلك خطتهم فعفا عنهم .

وقولهم: إن الله يجزي المتصدقين قد حمله المفسرون على أنه من معاريض الكلام، أي أنهم قالوها وقصدوا به الله تعالى (الذي يجزي)، مع جواز أن يفهم منه أنهم يقصدون يوسف، لأنهم اعتقدوا أنه كافر، فعظموه خشية منه .

الصور البلاغية في العبارة: لقد كانت كل جملة وكل كلمة في العبارة معبرة عن المعنى الذي جاءت من أجله على الرغم من اختصارها، فقولهم: مسنا وأهلنا الضر استعارة مكنية حيث شبه الضر بالإنسان وحذف المشبه به، ثم جاء بشيء من صفاته وهي المس، فتخلق في خيال المتلقي صورة رقيقة لما فعله الضر فيهم، فقد كانوا أحياء أصحاء، فلو قالوا: أهلكنا الضر لقال لهم كذبتهم، فكانت كلمة مسنا أدق في التعبير، وعطف عليهم (أهلينا)، والأهل كما ذكر اللغويون أنهم الأسرة بما فيها من نساء وأطفال، وقد ذكروهم ضمن الحديث عن مسهم الضر ليكون أدعى إلى استرقاق قلب العزيز .

وقد أظهروا حاجتهم الشديدة إلى الحنطة بتقديم (لنا) على الكيل، ولقد بالغوا في طلبهم من الوفاء بالكيل، أي أنهم يريدون كيلا وافية، على الرغم من أن بضاعتهم مزجاة؛ فحاولوا تدارك الموقف الذي نتج عن كلمة (أوف) فقالوا: (وتصدق علينا) أي أننا لا نستحق هذا الوفاء في الكيل نظرا لسوء بضاعتنا، لكننا نطمح أن تحسن إلينا وقد قالوا له من قبل (إنا نراك من المحسنين) .

فإذا كان مالنا لا يساوي سلعتك فجعل الباقي صدقة منك علينا، وقد افترضوا أن يكون كافرا فلم يقولوا له: إن الله يغفر للمتصدقين، بل قالوا له إن الله يجزي المتصدقين، قبل أن يسألهم من الله، وماذا سيفعل الله لي، فسارعوا بالقول: إنه سيتولى سداد باقي الثمن عنا .

ويبدو أن لفظ (الله) كان معروفا في هذا المجتمع؛ فقد أشار يوسف في وسط حديث سابق معهم اسم الله قائلا لهم: ﴿قَالَ مَعَاذَ اللَّهِ أَنْ نَأْخُذَ إِلَّا

مَنْ وَجَدْنَا مَتَاعَنَا عِنْدَهُ﴾ [يوسف: 79].

ولم يستنكروا عليه ذلك القول ولم يستنتجوا منه أنه مؤمن مثلهم، أو أنه على دينهم دين إبراهيم جدهم.

ب) اللغة غير المنطوقة: 1- اللغة الرمزية:

هذه اللغة تتمثل في كلمات ترمز إلي معان غير منطوقة وتفهم من العبارة، منها: أيها العزيز، رمزت لمكانته العالية وإلى تعظيمه وتبجيله، وأهلنا: أشارت إلى عموم البلاء ليشمل الصغير والكبير، ومزجاة: ذكر المفسرون لها كثيرا من المعاني، مما يدل على أنها ترمز إلى أشياء كثيرة؛ وأن الحق سبحانه عندما استخدمها أفسح المجال لتدخل ضمنها أشياء كثيرة يمكن أن يتصورها كل إنسان على حدة، فربما ترمز لهذا الشيء أو لذلك. والكيل: رمزت إلى كل ما يكال ويصح أن يطلق عليه هذا الاسم (مكيل) فقد يكون ما يأخذونه منه قمحا أو تمرا أو زبيبا أو شعير أو غيره مما يكال .

إن الله يجزي: رمزت إلى وجود طرف ثالث في الصفقة سوف يسدد عنهم دينهم في عملية الشراء هذه، ولهذا وجب الإعلان عن اسمه صراحة حتى يمكن مطالبته بالسداد (سبحانه وتعالى عما يشركون) وحتى لا يختلط مع غيره من الضامنين للديون، ولم يستخدم صفة من صفاته (سبحانه) نحو كريم أو رحيم أو غني، لماذا؟ لأنه عقد بينهم وبين عزيز مصر على السداد بضامن لهم بسداد باقي المبلغ هو الله، وفي العقود لا تذكر صفات الأطراف المتعاقدة؛ بل الأسماء، فكان لزاما ذكر اسمه الله (الله) كطرف ثالث ضامن .

2- اللغة الانفعالية:

كل كلمة في هذا الإشهار تتضمن طاقة انفعالية، فجرت في نفس يوسف مشاعر إنسانية، وما في اللا شعوره من أحاسيس الرحمة والحب لأهله والخوف عليهم توارت خلف انفعال الغضب من إخوته لفعالته السابقة، وقد استطاعت هذه الكلمات بما تحمله من تلك الطاقة أن تفجر في قلب يوسف ونفسه مشاعر الحزن والشفق على أهله وقومه، فانفجر بالبكاء أمامهم، وقد حرصت على نقل ما ذكره المفسرون من روايات حول ذلك لإثبات رحمته وإنسانيته، فلم يقدر على الاستمرار في إخفاء نفسه عنهم، فقال: هل علمتم ما فعلتم بيوسف وأخيه إذ أنتم جاهلون، فكانت بداية العفو العتاب، فقال ما سبق من قول، وهو عتاب لهم على ما فعلوا به وليس شماتة، ثم عفا عنهم .

وتبدأ الكلمات بتفجير الطاقة الانفعالية التي بداخلها للوصول إلى هدفها غير المعلن من أول جملة (مسنا وأهلنا الضر) فهو يعرف أنهم إخوته وأهله؛ لذا كان مرجع الضمير في (أهلنا) يشملهم أيضا، وهنا يخاطب الإشهار المنطقة المختفي في أعماق يوسف وفي لا شعوره والأكثر هشاشة وضعفا ليقول له:

أهلك يا نبي الله يهلكون كبيرهم وصغيرهم شيخهم وطفلهم رجالهم ونسأؤهم. فماذا أنت فاعل؟! أنتقي على حالة القصاص ممن ظلمك، أو حاول قتلك، فتظلم من لم يظلم؟! فهو الآن في مثل سنك يوم ألقوك في البئر أو أصغر!!

هذه الجملة تمثل القنبلة التي فجرت مشاعر الرحمة والشفقة والخوف على الأهل، فما كان من يوسف بعدها إلا أن يستجاب لهم، وما أتى بعد ذلك من جمل العبارة لا تأثير لها، فقد استسلم لهم يوسف، وحطمت تلك الجملة جبال الكره لهم، ولأفعالهم التي بنت الغضب في نفسه عبر سنين الغربة والعذاب التي عاشها بل تجرعها وحيدا، بلا عون ولا سند إلا من الله الذي كان دائما معه يثبت قلبه، ويمكن له في الأرض مرات ومرات، منذ أن اشتراه عزيز مصر إلى أن ولاه ملك مصر وزارة البلاد وشئونها .

يقول سيد قطب: " يدخلون وفي حديثهم انكسار لم يعهد في أحاديثهم من قبل، وشكوى من المجاعة تدل على ما فعلت بهم الأيام وعندما بلغ الأمر بهم إلى هذا الحد من الاسترحام والضيق والانكسار؛ لا تبقي في نفس يوسف قدرة على المضي في تمثيل دور العزيز، والتخفي عنهم بحقيقة شخصيته، فقد انتهت الدروس وحان وقت المفاجأة⁽¹⁾ .

وتصدق علينا: جملة تحمل أيضا طاقة انفعالية، ليست مثل الجملة السابق، لكنها جملة انفعالية تقول له: لقد بلغت الشدة ببيت النبوة لهذا الحد من الفقر، فخرجوا في طلب الصدقة من الناس في بلاد الله من أقوام لا يعرفون مقامهم الشريف وقدرهم؛ مقام ومقدار النبوة، فأين أنت يا نبي الله؟! !

وهم يحدثونه ولا يعلمون أنه أخوهم يوسف، إنهم يحدثونه وفي اعتقادهم أنه ليس يوسف، ولو علموا أنه يوسف ربما لا يستعطفوه بهذه

(1) في ظلال القرآن: ج4، ص2027.

الصورة حياءً منه. إنه الطاقة الانفعالية عملت في هذا الإشهار؛ فروجت للسلعة لتباع من لحظتها بنجاح .

3- اللغة الإيحائية:

يسعى الإشهار إلى خلق واقع جديد في نفوس الآخرين، يغطي على الواقع الفعلي أو يتجاوزه أو ينفيه، إنه يتسلل بمكر إلى فضاء المتخيل والفكر الاجتماعي، كما يتسلل إلى الأخلاق والعوالم الروحية، لكي يسقط كونا جديدا، فيتحول إلي متحدث وحيد باسم اللذة والحلم والدين والخرافة (1).

اللغة الإيحائية في هذا الإشهار تعتمد على خلق واقع جديد في نفس يوسف عما وصل إليه واقع أهله الذين غاب عنهم سنوات طويلة، إن هذا الإشهار يسعى للتسلل إلى داخل نفس يوسف في مكر ودهاء؛ لإقناعه بسوء حالهم، واستدعاء المعاني الإنسانية من الرحمة والشفقة والعطف من داخل يوسف، فكانت جملة (مسنا وأهلنا الضر) موحية بمعنى طلب الرحمة والشفقة بهم، وكذلك اللغة الثانية التي وراء جملة (فتصدق علينا) من توصيل معنى ثان إلى ذهن المتلقي هو توضيح مدى الشدة والبؤس الذي هم فيه إلى حد طلبهم الصدقة، والجملة الثالثة (إن الله يجزي المتصدقين) التي توحى بغلق كل أبواب المال والكسب أمامهم، ولا يملكون إلا اللجوء إلى الله ليمدهم بالعون ويسد عنهم ما قصروا فيه من مال له، كل هذه إحياءات قالت بها العبارة الإشهارية دون أن تنطق بشيء .

الفضاء الذهني:

الفضاء الذهني هنا هو الفضاء خاص بذهن يوسف، وهو الذي يعمل فيه هذا الإشهار الآن، فهو فضاء يحتفظ في داخله بصورة ذهنية قديمة في بنيته التصويرية لهؤلاء الإخوة، لم تتغير حتى بعد أن رآهم مرتين قبل اليوم، وما كانت تلك الصورة التي في بنيته التصويرية لتتغير فهي كما هي، وما زادت السنون إلا تثبيتا وتأكيدا، وما فعله في المرتين إلا محاولة مكافأة المظلومين من الأهل وأولهم بنيامين .

هذا هو الفضاء الذهني ليوسف حتى هذه اللحظة، ولكن الأمر تغير بعد هذا الإشهار، لقد تحطم هذا الفضاء لتتم عملية بناء لفضاء جديد وبنية تصويرية جديدة، هذا فضاء بنيت فيه صورة لقوم منكسرين مستعطفين لم يرههم على هذه الصورة من قبل، إنها الصورة التي

(1) الصورة الإشهارية: 199-200.

ستدخل فوراً إلى بنيته التصورية وتستقر في الفضاء الذهني له، فتجعله يتخذ قراره بالعفو عنهم .

لقد صنع تحطيم الصورة القديمة التي في فضاء ذهني أمين يحفظ الأحران بأمانة ويمحو الأفراح، فيقدم الحزن أولاً على ما سواه؛ لقد أحدث ارتجاجاً في مشاعر يوسف وزلزلها زلزالاً شديداً، كأن (الفضاء الذهني القديم) لكي يسقط، ويتحطم لا بد أن يُزلزل صاحبه، ليقتعه بالصورة الجديدة فيقبلها، وهو الذي عاش عمره محافظاً عليها ومقدساً لها، وما كان يتصور يوماً أن تزول، وما في نفسه دائماً كيف يقتص لما حدث له من قبل؟

وكان أول تأره منهم ما قاله الحق تبارك وتعالى بعد أن أخذ أخاه منهم (كذلك كدنا ليوسف) فإله أعانه ليقتص منهم، على الرغم من طول السنين، فتلك الصورة التي في البنية التصورية ثابتة لم تتغير، وعلى الرغم من هذا القصاص السريع إلا أن يوسف عجز عن أن يستمر في قصاصه.

فقد تحطم محراب كرهه لإخوته بعد هذا الفضاء الجديد، وما به من صورة حزينة لهم، فبنيت بنفسه صورة جديدة على أساس سليم، لا يدخل في صناعتها شيء من الماضي .

ثالثاً: النظريات الحديثة:

أ - نظرية المزج المفهومي:

تقوم بتحليل عملية إنتاج المعنى الجديد من معنيين على المراحل الآتية:

1- الفضاءان الدخلان: فضاء الدخول الأول (أ) صورة الإخوة في قوة وجبروت، فضاء الدخول الثاني (ب) صورة الإخوة في ذل وانكسار

2- الفضاء الجامع: يتم الجمع فيه بين الفضاءين الدخلين (أ، ب) فهو الفضاء الذهني المنسوخ من الجمع بينهما؛ لإنتاج صورة ذهنية في البنية التصورية للوزير تحمل معنى جديداً، هو تسامح وعفو وعطف، لقد سعت هذه الأفضية الذهنية إلى ما وراء الفضاء الذهني القديم المحفوظ في ذاكرة الوزير لبناء صورة ذهنية في بنيته التصورية عن هؤلاء الإخوة على حالتهم الجديدة .

3- فضاء المزيج: بعد الانتقال من الفضاء السابق ننتقل إلى فضاء المزيج، حيث يتم المزج بين الدخلين (أ، ب) جبار ومنكسر، فكل منهما

يمثل مصدرا لإسقاط المعارف الخاصة به على الذهن، وبالمزج والتوليف بين مكونات الفضاءين الدخلين المتناقضين، فهي عملية عقلية تقوم على قدرة المتلقي على الجمع بينهما، والإسقاط؛ لتخرج لنا بمعان جديدة لا توجد هذه المعاني في أي من الفضاءين مستقلين، وهو هنا معنى الرحمة حتى على من ظلمني .

4- عمليات المزج: تقوم عملية المزج على عدة عمليات هي: التركيب، الإكمال، البلورة .

(أ) التركيب: وهي عملية ميلاد للفكرة الناتجة عن عملية الإسقاط الانتقائي، بالبحث عن علاقات جديدة تجمع بين الفضاءين الدخلين، نقول: هم جبارون فنجمع بالذهن كل السمات الانتقائية لصفة جبار، ثم نقول: هم أذلاء، فنجمع بالذهن كل السمات الانتقائية لصفة ذليل، ويتم المقابلة بينهما لنخرج بمعنى جديد، هو صورة إنسان يستحق العطف والشفقة، فنتحول مشاعره نحوهم .

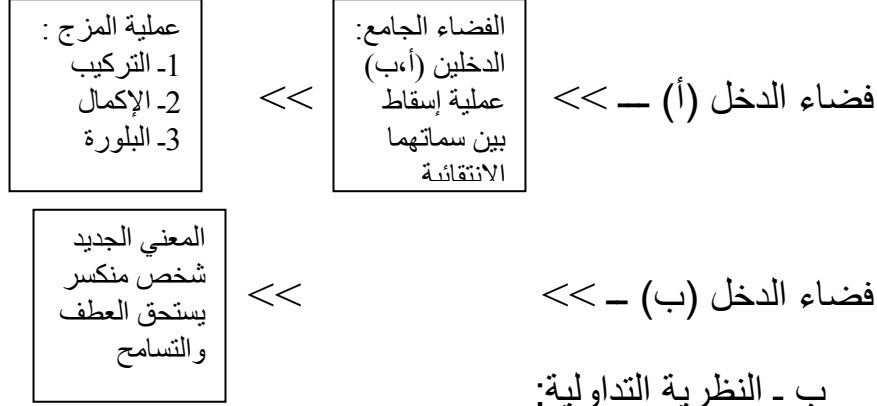
(ب) الإكمال: وهي عملية إنشاء لمعان جديدة لا يحملها منطوق الفضاءين الدخلين، فتأتي بعد عملية التركيب السابقة عملية الإكمال بمحور جديد؛ هو:

أن هاتين الصفتين (جبار، منكسر) يمكن أن ننتمي من السمات الانتقائية لهما السمات المطلوبة لإنشاء صورة جديدة في ذهن يوسف حول مشاعره نحوهم هي صورة الشفقة والرحمة عليهم، وهنا تنتج السمات غير المطلوبة من الظلم والقهر وتحل محلها سمات الإخوة والأهلية والتراحم بين الأهل لتدمر المشاعر السابقة وتولد مشاعر جديدة داخله مناقضة لما سبق من كره وثرأ .

فتقوم عملية الإكمال على أكساء المعاني أو التصورات الناشئة من عملية التركيب؛ جملة من الأبعاد مستمدة من المعارف العامة المشتركة والتجربة الجماعية، لما يجب أن يفعله الأخ في هذه الحالة نحو إخوته من التسامح .

(ج) البلورة: تطوير لعملية المزيج من حيث تصورها وتخليها، بتوسيع مدى المعنى الجديد وتفصيله وأبعاده وتحميله بدلالات مخصوصة رمزية وغير رمزية، فنتيجة لما تم من تغيير في مشاعر يوسف نحوهم تمت بلورة ذلك المعنى الجديدة في شكل كلمات وسلوك نحوهم، فالكلمات في قوله لهم:

" لا تثريب عليكم اليوم يغفر الله لكم "، والسلوك في قوله لهم:
 "أذهبوا بقميصي هذا فألقوه علي وجه أبي يأت بصيرا وأتوني بأهلكم
 أجمعين"، ويمكن تصور ما حدث في ذهن يوسف من عمليات من
 خلال هذا الشكل:



ب - النظرية التداولية:

قام هذا الإشهار على عبارة إشهارية حوارية تداولية بين يوسف
 وإخوته، وقد قام الحوار على عناصر:
1- الإشارات: ضمير (المتكلم: نا، المخاطب المستتر: أوف -
 تصدق) .

النداء (يا أيها العزيز)

2- الافتراض السابق: أن يكون العزيز قد سمح لهم بالدخول عليه
 بعد ما اتهموا بالسرقة .

3- الاستلزام الحوارية: هنا أن يكون العزيز قد سألهم لما عدتهم
 بعد فعلتكم؟! يقوم الاستلزام الحوارية هنا على مبدأ التعاون من خلال
 تحديد الغرض من المجيء، وهو معرف عند العزيز وعند الإخوة،
 وإن لم يعلنوا عن هذا الغرض الحقيقي وأضمره، ولهذا تمت عملية
 الحوار بينهما بنجاح، حيث تم الإعلان عنه بعد أن كشف يوسف لهم
 عن شخصيته، تحول الموقف فورا لصالحهم ونجحت عملية التفاهم
 والتواصل بينهم .

4- الأفعال الكلامية: يمكن النظر إلى هذه العبارة الإشهارية على أن
 بها عدة أنواع من الأفعال الكلامية هي الأفعال:

أ- الإخباريات: هي الأفعال التي تصف وقائع وأحداثا في العالم الخارجي، وتقوم بنقل الواقع نقلا أميناً، ويبدو هنا في إخبارهم العزيز بما آل إليه حالهم في: مسنا وأهلنا الضر، جننا ببضاعة مزجاة، إن الله يجزي المتصدقين .

ب - الطلبيات: وتضم الأفعال الكلامية الدالة على الطلب، وقد جاء هنا فعل الطلب على صيغة افعل (أوف - تصدق) .

تحليل لآلية الإقناع التداولية:

يقوم الفعل اللغوي وفق النظرية التداولية بتقسيم الملفوظ إلى ثلاثة أقسام: فعل إنتاج - فعل إنجاز - فعل تأثير .

(1) فعل إنتاج: ويشمل العناصر اللغوية لإنتاج الملفوظ (صوت. نحو. دلالة)، إنه بناء الوحدة اللفظية بعيدا عن السياق .

(2) الفعل الإنجازي: يأتي السياق بعد إنتاج الوحدة اللفظية، بالفعل الإنجازي، وهو إنجاز الفعل داخل السياق، حيث ترتبط بسياقات التلفظ دلالات وأبعاد أخرى تدل على أننا نقوم بشيء ما، ونحن نتلفظ بهذه الكلمات مثل الوعد أو الوعيد أو التأكيد، وهي قيم ليست قارة في الملفوظ، لكن نستنتجها من خلال السياق، فنفهم من تلك الوحدات أشياء سنقوم بها لم تنطق في الوحدات اللغوية المذكورة .

(3) الفعل التأثيري: وهو السلوك الناتج عن فعلي القول والإنجاز السابقين. ويمكن تصور هذا العملية بمراحلها المختلفة من هذا الشكل:

فعل إنتاج (يمثل وحدة مضمونية متضمنة في الكلمة) — << فعل إنجازي (وهو القيم المرتبطة بسياقات التلفظ، ودلالات نهائية استنتاجية لهذا الملفوظ في سياقاته التي يرد فيها) — << مما يؤدي إلى قوة ثالثة هي الآثار النفسية التي يتركها الملفوظ في نفس المتلقي، أي الفعل التأثيري (وهي نتائج هذه الأفعال على سلوك المتلقي ومعتقداته ثم يتجسد هذا الفعل (قاعدة الفعل) في سلوك عيني، يتحقق من خلال حدوث تغير في قناعات المتلقي الفكرية أو الدينية.

وهذا هو الهدف النهائي من عملية الإشهار، حيث يتحقق بتحول المتلقي من مجرد مستمع إلى مؤمن بهذه الفكرة ومقتنع بها ومقبل عليها هنا يتحول الأمر من مجرد إثارة انتباه بفعل قولي ملفوظ إلى فعل إنجازي، هو تجسيد لهذا التأثير والاقتران بالإقبال عليه. ويمكن تطبيق هذا القول على هذا الإشهار:

1- الجملة الأولى: فعل إنتاج (مسنا وأهلنا الضر) - << فعل إنجازي (هذا السياق أثار في نفس يوسف الرحمة والشفقة لما وقع بهم) - << فعل تأثيري (نتيجة لهذه الإثارة قال لهم لا تثريب عليكم اليوم...).

2- الجملة الثانية: فعل إنتاج (تصدق علينا) - << فعل إنجازي (هو ما أثاره هذا القول من قوة إنجازية، فهمت من هذا السياق، هي شدة الضيق والفقر الذي هم فيه) - << فعل تأثيري (هو نتيجة تأثير هذا الفعل الإنجازي المتضمن في السياق السابق بأن عفا عنهم). هذا العمل المتسلسل يعبر عن فكر متنامي حول غاية يصنعها المتكلم بفعله الكلامي لإنجاز غاية تظهر في السلوك العيني التي تتم بعد إنجاز هذا الكلام.

الفعل الكلامي: (فعل إنتاج) - < (فعل إنجازي) - < (قاعدة الفعل).

ف نجد أن الهدف من الرسالة الكلامية أو الإشهارية قد تحقق، فالعرض من الإشهار هو إقناع المتلقي بالمنتج أو الفكرة أو السلعة .
ج - النظرية العرفانية:

تري هذه النظرية أننا لكي ندرك شيئاً ما أو نفهمه، لا بد من عمليات عقلية ذهنية، تمكننا من ذلك. فكي يقبل يوسف هذه البضاعة المزجاة منهم لا بد من القيام بعمليات عقلية من قبل إخوته لإقناعه بها، وذلك بالدخول لبؤرة معينة في ذهنه. وهي موضع حدوث عملية الإقناعية، وهي منطقة التشابه بين حال أهل يوسف الآن من الفقر وشدة العيش؛ وحالته السابقة من المعاناة في قعر البئر من جوع وخوف وضيق في غربته؛ لهذا كل إقناعه بحالهم سريعاً من خلال جملة واحدة (مسنا وأهلنا الضر) فقط، حيث تمت عملية عرفانية من المقابلة بين الحالتين، فاستطاع يوسف أن يفهم حالة الضيق عند أهله، فهم مجال من خلال مجال آخر، حيث تتم عملية إسقاط للمعارف المتعلقة بالمجال الأول على المعارف المتعلقة بالمجال الثاني، فتكون النتيجة فهم هذا المجال الثاني نتيجة عملية الإسقاط هذه .

وكان عمل النظرية العرفانية في هذا الإشهار في جملتين هما:
الجملة الأولى: مسنا وأهلنا الضر .

ويمكن تصور العملية العقلية التي تمت فيها من خلال الشكل الآتي:

- 1- المعارف المتعلقة بمجال المصدر (معاناة يوسف السابقة) - << (من خلال عملية إسقاط هذه المعارف على الهدف).
- 2- المعارف المتعلقة بمجال الهدف (معاناة أهله الحالية) - << (عملية مقابلة بين المعارف المتشابه بين المجالين).
- 3- النتيجة بناء صورة جديدة في ذهن يوسف (بالبنية التصورية له) عن مجال الهدف (معاناة أهله) فيأتي رد الفعل سريعاً بالعفو عنهم .

الجملة الثانية: وتصدق علينا .

لقد صورت هذه الجملة مدى الفقر والشدة التي هم فيها إلى حد استعطاف الناس، وهم أهل بيت النبوة، وقد اختلف المفسرون في جواز الصدقة عليهم، فقال بعضهم: إنه لا يجوز ذلك، وقال آخرون: إن هذا خاص بنبينا وآل بيته الكرام عليه الصلاة والسلام .

وفي إطار هذا يمكن أن نفهم العملية العقلية العرفانية التي تمت هنا: 1- إسقاط المعارف المتعلقة بمجال المصدر (حالة الشدة التي بها يوسف) - << على المعارف المتعلقة بمجال الهدف (حالة الشدة التي يمر بها الأهل حتى طلبوا الصدقة من الناس) - << النتيجة (شعوره بشدة معاناتهم) من خلال عملية التأكيد على صورة الفقر والشدة في ذهنه، وبناء صورة بيئية في البنية التصورية له لها فعفا عنهم .

ملاحظة: العملية العرفانية هنا لا تقوم على عملية المقابلة بين بضاعتهم والبضاعة الجيدة إنما تقوم - كما رأينا - على عملية مشابهة أخرى، هي ترك البضاعة والبيع والشراء على حالهم جانباً، والتفاعل العقلي في جهة أخرى، وهي جهة خلق حاجة إلى سلعة أخرى، وتوجيه الانتباه نحوها بكل مميزاتها التي تغطي على السلعة الأولى وقيمتها المادية، لقد وجه إخوة ذهنه نحو سلعة إنسانية لا تقدر بثمن، وهي خوف الإنسان على أهله والشفقة والرحمة بهم، وتقديم المال والنفع كله لهم دون مقابل، فماذا تنتظر هذه الأم من طفلها وهي تسهر عليه؟! وكذا الأب الذي ينفق عليه ماله الذي كد وتعب من أجل الحصول عليه؟! لذا لا تسألني لماذا تحول اهتمام يوسف بالبضاعة المزجاة إلى العفو عن أصحابها، والسماح لهم بالمال والعطاء؛ إلا أن تجيبني على سؤالي السابقين؛ وهما: لماذا ينفق الأب على ابنه دون مقابل، وتسهر الأم؟

إن العملية العقلية التي تتم الآن في رأس يوسف؛ كيف أغيث أهلي؟ وليس كيف أحاسب إخوته ندرك هذا بوضوح في قول يوسف القادم:

انتوني بأهلكم أجمعين؛ هذه الجملة يجب ألا نفهمها بظاهر لفظها، فبؤرة المشكلة والقنبلة التي تفجرت في ذهنه وحولت مشاعره من ضدّهم إلى معهم؛ كانت في هذه الكلمة (الأهل) فهو لم يقل لهم في حقيقة الأمر: انتوني بأهلكم أجمعين، إنما قال لهم: انتوني بأهلي وأحبائي وأبي وأبناء إخوتي، وكل من تشملهم كلمة أهل من قريب أو بعيد فهم يدخلون جميعاً بأمر عزيز مصر مصر مكرمين، فهم في دائرة العفو والفضل والكرم، فهم يستحقون كل هذا؛ وهذا ما قصده بهذه الكلمة (أهلكم أجمعين) فالضمير هنا للمخاطب (كم) والمقصود به المتكلم (الياء) كذا المقصود بالأهل في الحالتين واحد هم (بني يعقوب كلهم) الدليل على صحة هذا أمران الأول: أنه عرفهم بنفسه قبلها قائلاً: أنا يوسف والثاني: ضمير المتكلم (الياء) السابق على ضمير المخاطب (كم) في قوله: (ألقوه على وجه أبي) في كلمة (أبي) بالتحديد، وهو الضمير المقصود .

إذن لماذا استخدم يوسف هذا التنوع الرائع في الضمائر بما يعرف بالالتفات عند البلاغيين والأسلوبيين؛ من المتكلم إلى المخاطب في عبارة واحدة؟! .

1- جاء الضمير في أبي للمتكلم: إشارة إلى أن يعقوب أبوه هو فقط، من حيث الحب والرحمة والبر، أما هم فهو أبوهم بالنسب فقط، أي إنه هو من أنجبهم ثم عقوه بعد ذلك، فانقطعت صلة المودة والرحمة والبر بينهم وبين أبيهم لقسوتهم عليه، فلا يستحق الابن العاق الذي يرى أباه يبكي على أخيه لأنه لا يعرف مكانه، وهذا العاق يعرف مكانه، بل هو الذي وضعه في قاع البئر فأخفاه عن أبيه، ثم باعه للمارة بأبخس الأثمان. فمن هذه الجهة التي تشير إلى أشنع صور القسوة الإنسانية لا يستحق هؤلاء الأبناء أن يضيفهم يوسف إلى أبيه، فيقول: ألقوه على وجه أبيكم؛ بل قال: ألقوه على وجه أبي .

2- جاء الضمير للمخاطب في (انتوني بأهلكم أجمعين)(كم): هو قمة الكرم والفضل ممن ظلم على ظالميه أن يقول لهم ذلك، فقد وسع من الدائرة التي يشملها هذا الفضل، فلم يقصر الأمر على أبيه ومن يعرفهم من أهله، لكنه ترك لهم الباب مفتوحاً، ليدخلوا فيه من يشاءون من أهلهم ومعارفهم، فقد اتسعت تلك الدائرة بعد ذهابه عنهم، لتشمل أناساً كثيرين ممن لا يعرفهم من أهلهم الجدد: كأبناء إخوته الذين ولدوا بعد ذلك وزوجات وأقارب من هذا النسب، لهذا جعل يوسف الباب

مفتوحا لتنتسح دائرة من يشملهم الفضل، فحُق له أن يسميه رسولنا العظيم (يوسف الكريم ابن الكريم ابن الكريم ابن الكريم).

القسم الثالث: إشهار عن أشياء مفقودة:
العبارة الإشهارية في قوله: ﴿قَالُوا نَفَقْدُ صَوَاعَ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ

حَمْلٌ بَعِيرٌ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ﴾ [يوسف: 72].

مقدمة: هذا الإشهار يعده البعض جديداً؛ فهم يرونه في الصحف المعاصرة فقط، في إشهارات عن أشياء فُقدت من أصحابها فيعلنون عنها أو عن أشخاص مفقودين تحت عنوان: خرج ولم يعد، فيقولون: خرج فلان من بيته منذ شهر ولم يعد؛ فنرجو ممن يجده أن يتصل بنا بالعنوان التالي، وله مكافأة مالية قدرها كذا، وقد يكون أهله لا يملكون ثمن هذا الإعلان في الصحف، فيبيعون بمنادٍ ينادى في طرق المدينة يقول: عيل تايه يا أولاد الحلال، صفته كذا يلبس ثيابا لونه كذا (1).

لقد حدث هذا قديما في زمن يوسف حيث فقد عماله صواع الملك، فنادوا بين الناس يعلنون عن ضياع هذا الصواع، فكان ذلك من عادة الناس قديما وحديثا أن يرسلوا مناديا يقوم بهذا العمل نيابة عنهم، فهو ذو صوت جهور عال ينادي بين الناس، فيسمعه جميعهم؛ لهذا قال تعالى (فأذن مؤذن أيتها العير إنكم لسارقون) أي ناداهم ذلك المنادى بصوت عال فأقبلوا عليه في دهشة يسألونه: ماذا ضاع منكم، قالوا: صواع الملك، ثم ذكر مكافأة كبري لمن يدلهم عليه .

أولا: مع المفسرين:

تفسير ابن كثير:

لما جهزهم وحمل معهم أبعرتهم طعاماً أمر بعض فتيانه أن يضع (السقاية) وهي إناء من فضة في قول الأكثرين، وقيل: من ذهب، ويكيل للناس به من عزة الطعام إذ ذاك، وعن ابن عباس: (صواع الملك) قال: كان من فضة يشربون فيه، فوضعها في متاع بنيامين من حيث لا يشعر أحد، ثم نادي مناد بينهم: (أيتها العير إنكم لسارقون) فالتفتوا إلى المنادي، وقالوا: (ماذا تفقدون قالوا نفقد صواع الملك) أي

(1) وقد صاغ هذه العبارة أحد المغنيين الشعبيين في مصر في أغنية تقول: عيلة تايه تايه تايه يا أولاد الحلال، بجنتلة خضرة وجيبة كرسنال، اللي يلاقيها ويخطرنا في الحال. وقالها أيضا الشاعر الكبير صلاح جاهين في " الليلة الكبيرة ": (يا ولاد الحلال عيلة تايه أد كده، رجلها الشمال فيها خلخال ذى ده، زحمة يا ولاده، كم عيل تاه) (هذا في العامية المصرية).

صاعه الذي يكيل به (ولمن جاء به حمل بعير) وهذا من باب الجعالة (وأنا به زعيم) وهذا من باب الضمان والكفالة⁽¹⁾.

تفسير القرطبي:

الأولى: قوله تعالى: (ولمن جاء به حمل بعير وأنا به زعيم) البعير هنا الجمل في قول أكثر المفسرين. وقيل: إنه الحمار، وهي لغة لبعض العرب؛ والزعيم هو المؤذن الذي قال: أيتها العير. والزعيم والكفيل والحميل والضمين والقبيل سواء والزعيم الرئيس. ..

الثانية: إن قيل: كيف ضمن حمل البعير وهو مجهول، وضمان المجهول لا يصح؟ قيل: حمل البعير كان معينا معلوما عندهم كالوسق فصح ضمانه، غير أنه كان بدل مال للسارق، ولا يحل للسارق ذلك، فلعله كان يصح في شريعتهم أو كان هذا جعالة، وبذل مال لمن كان يفتش ويطلب.

الثالثة: قال بعض العلماء: في هذه الآية دليلان: أحدهما: جواز الجعل وقد أجاز للضرورة؛ فإنه يجوز فيه من الجهالة ما لا يجوز في غيره؛ فإذا قال الرجل: من فعل كذا فله كذا صح. وشأن الجعل أن يكون أحد الطرفين معلوما والآخر مجهولا للضرورة إليه؛ بخلاف الإجارة؛ فإنه يتقدر فيها العوض والمعوض من الجهتين؛ وهو من العقود الجائزة التي يجوز لأحدهما فسخه⁽²⁾.

تفسير الألوسي:

أي قالوا مقبلين عليهم ماذا تفقدون، أي شيء تفقدون أو ما الذي تفقدونه؟ والفقد كما قال الراغب: عدم الشيء بعد وجوده فهو أخص من العدم فإنه يقال له ولما لم يوجد أصلا، وقيل: هو عدم الشيء بأن يضل عنك لا بفعلك، وحاصل المعنى ما ضاع منكم؟ وصيغة المستقبل لاستحضار الصورة.

العدول عما يقتضيه الظاهر من قولهم: ماذا سرق منكم على ما قيل لبيان كمال نزاهتهم بإظهار أنه لم يسرق منهم شيء فضلا عن أن يكونوا هم السارقين له، وإنما الممكن أن يضيع منهم شيء فيسألونهم ماذا؟ وفيه إرشاد لهم إلى مراعاة حسن الأدب والاحتراز عن المجازفة ونسبة البراء إلى ما لا خير فيه لا سيما بطريق التأكيد فلذلك

(1) تفسير القرآن العظيم: ج2، ص485.

(2) تفسير القرطبي: ج5، ص3461.

غيروا كلامهم حيث قالوا في جوابهم: قالوا نفقد صواع الملك ولم يقولوا سرقتموه أو سرق.

وقيل: كان الظاهر أن يبادروا بالإنكار ونفى أن يكونوا سارقين ولكنهم قالوا ذلك طلبا لإكمال الدعوى إذ يجوز أن يكون فيها ما تبطل به فلا تحتاج إلى خصام، وعدلوا عن ماذا سرق منكم؟ إلى ما في النظم الجليل لما ذكر أنفا، والصواع بوزن غراب المكيال وهو السقاية ولم يعبر بها مبالغة في الإفهام والإفصاح ولذا أعاد الفعل، وصيغة المستقبل لما تقدم أو للمشكلة .

(قَالُوا نَفَقْدُ صُوعَ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ) وهنا رد عليهم المؤذن ومن معه من حراس: (قَالُوا نَفَقْدُ صُوعَ الْمَلِكِ) أي: صاعه الذي يشرب فيه، ويكتال به للممتارين (وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ) أي بهذا الصاع، أو دل على سارقه. (حِمْلُ بَعِيرٍ) من الطعام زيادة على حقه كمكافأة له.

(وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ) أي: وأنا بهذا الحمل كفيل بأن أدفعه لمن جاءنا بصواع الملك. ويبدو أن القائل لهذا القول هو المؤذن السابق، ولعله قد قال ذلك بتوجيه من يوسف عليه السلام⁽¹⁾.

نلاحظ على الألووسي: أنه قال: التحول في خطاب المؤذن لهم جاء من ردهم عليه بـ (ماذا تفقدون) أي لم يسرق منكم شيء؛ لأننا لسنا سارقين، فربما فقدتم هذا الشيء ولم يسرق. فرد عليهم المؤذن قائلا: نفقد صواع الملك، فاتجه معهم ناحية الفقد وترك اتهامهم بالسرقة، بل جعل لهم جعلًا مكافأة لمن دل عليه أو جاء به .

ثانيا الدراسات الحديثة:

1- الإشهار والتواصل:

يحقق هذا الإشهار التواصل بين أفراد المجتمع؛ في تحقيق التعاون بينهم في الإرشاد على الشيء المفقود - كما ذكرت أنفا - إن هذا السلوك موجود قديما لدى المجتمعات الإنسانية كلها. فكانت وسيلة الناس إلى ضالتهم عن طريق النداء عليها في الطرقات، ثم تطور لينشر في الصحف وأجهزة الإعلام .

(1) روح المعاني: المجلد السابع، ص390 - 391.

بل إنهم جعلوا مكافأة (جُعِل) لمن دل عليه، وهذا ما وجدناه في هذا الإشهار حيث أعلن المؤذن عن مكافأة لمن يأتي به، وأن يكون المؤذن كفيلا له، بل ضامنا له من المحاسبة على تهمة السرقة .
2- اللغة المنطوقة وغير المنطوقة:

أ - اللغة المنطوقة:

لغة الإشهار واضحة في بيان المطلوب (نفقد صواع الملك) وبيان أجر من يأتي به (ولمن جاء به حمل بعير، وأنا به زعيم) وهي جمل قصيرة، كعادة الإشهار دقيقة في تحديد الغرض منها دون إسهاب .
الانسجام صوتي بين كلمتي (بعير وزعيم) حيث انتهت الجملتان بهما، وهما على وزن واحد (فعليل) فأدى هذا التوافق بينهما في الوزن إلى توافق في النغم، وهذه عادة العبارة الإشهارية التي تستخدم في البحث عن الأشياء المفقودة، حيث ينغم المنادي أو المؤذن في عبارته حتى لا يُمل منها ويتقبلها السامع وينجذب إليها ولا ينزعج بسماعها .

ب - اللغة غير المنطوقة:

1- اللغة الرمزية: ترمز كلمات العبارة لمعان غير منطوقة، نحو

كلمة: سارقون، فهي اتهام صريح لهم بالسرقة، ولكن قولهم: ماذا تفقدون؟ رمز إلى دفعهم التهمة عنهم ضمينا فهم لم يسرقوا شيئا، وربما ترك الصواع في مكان ما، فيجب البحث عنه أولا قبل اتهام الناس، وهم مستعدون لمعاونتهم في ذلك .

قول المؤذن (نفقد صواع الملك) رمزت إلى سرعة بديهته في التحول من اتهامهم بالسرقة إلى مشاركتهم في رأيهم فورا؛ بأنها عملية فقد أو ضياع وليست سرقة، وأن هناك مكافأة أو جُعِل لمن يأتي به، وهذا يرمز إلى أنها عملية مدبرة من رجال يوسف لإيقاعهم في التهمة المخطط لها، ثم تتوالى الأحداث حتى تنتهي بإيقاعهم في التهمة .

2- اللغة الانفعالية: لقد ولج هذا الإشهار إلى مسالك انفعالية في

داخل إخوة يوسف، حيث بدأهم باتهامهم بالسرقة، فأثار في داخلهم طاقة انفعالية كبيرة هي طاقة الدفاع عن النفس من ذنب لم يفعلوه؛ ليشعروا بالآلم الظلم كيف تكون !!! فهم أبرياء من تلك التهمة، كما أن من يوجه إليهم التهمة ويحاكمهم؛ يعلم أنهم أبرياء، ولكنهم لا يعلمون أنه يعلم ببراءتهم فهم في حيرة؛ كيف يدافعون عن أنفسهم هذه المظلمة ؟ فهم يصرخون: نحن أبرياء !!!

وكأنني بيوسف واقفا وراء حجاب يخاطبهم فيصمت قائلا: ما كان
ذنبني يوم أن ألقيتموني في غيابات الجب وبعتموني بأبخس الأثمان
وحرمتموني من أبي بعد أن فقدت أمي! فذوقوا بعضا من ظلمكم، فما
أصعب آلام الظلم على البريء !!! لا يعرفها إلا من كابدها .

إن الطاقة الانفعالية في هذا الإشهار تظهر في هذه الجملة: قالوا
وأقبلوا ماذا تفقدون؟ إنها لغة الذي يبعد عن نفسه التهمة، خوفا من قوة
من يحاسبه فيسرع في لهفة إلى مشاركة صاحب المشكلة في حلها،
ليس حرصا على مساعدته؛ لكن إبعادا للتهمة عن نفسه، وإقناعه
ببراءته حيث قدم جملة القول والفعل على السؤال عما حدث، وفهم
المشكلة؟ فكانوا في اللحظة التي يسألونه عما حدث؛ في موقع الحدث
مهرولين، مما يدل على عدم فعلهم السرقة، وعدم علمهم بما حدث،
إنها لحظة توازي اللحظة التي أخرجته مالك بن ذعر من الجب، فقالوا
له: هذا عبدنا أبى، تلك تهمة كبيرة ظالمة عجز أن يردّها أو يدفعها عن
نفسه، وفقد خاطبوه بلغتهم الكنعانية ألا تتكلم وإلا قتلناك، ثم وصيتهم
لمن اشتراه منهم أن يقيدوه فهو لا يسافر إلا مقيدا، إنه إمعان في ظلم
يوسف وقد جاء يوم الحساب، فذوقوا ما كنتم تعملون !!!

3- اللغة الإيحائية: إنها اللغة الثانية التي تخترق اللاشعور

الإنساني، لتفجر فيه انفعالات خفية تنفلت من الوعي الإنساني، فتثير
في الإنسان مشاعره المكونة من خوف وحزن واكتئاب، كل هذا نشعر
به في الجمع بين القول والحركة السريعان في لحظة واحدة، فعندما
يُتهم الإنسان بالسرقة يفقد صوابه ويجن جنونه فيسرع إلى تبرئة نفسه،
وهذا ما نشعر به في قوله تعالى: (وقالوا وأقبلوا) ألا يكفي أن يقولوا:
ماذا تفقدون؟! لا؛ لأن هذا لن يدفع عنهم التهمة، ولن يصور حالة
الارتباك التي هم فيها، فهذا الجمع بين الفعلين (فعل القول وفعل
الحركة) كان أكبر وصف لحالتهم بدقة .

لقد وصلت عبارة أيتها العير إنكم لسارقون إلى أشد المناطق
هشاشة في داخل النفس الإنسانية، وهي منطقة الخوف والفرع بسبب
تلك التهمة ففجرتها، لتحولهم من أشخاص في قمة السعادة لعودتهم إلى
أهلهم بالميرة والربح الكثير إلى سارقين يوضعون في السجن.
فإذا بهم كالثور الهائج الناهض في خوف وفرع بقوة الثور الغاضب
الخائف للدفاع عن نفسه .

3- الفضاء الذهني:

- تقوم عملية دراسة الفضاء الذهني هنا على تحليل عدة أفضية وهي:
- 1- الفضاء الأول: هو الفضاء الذي بُني بداخلهم عند سماعهم أنهم سارقون .
 - 2- الفضاء الثاني: هو الفضاء الذي يحاولون بناءه بذهن المؤذن أنهم أبرياء .
 - 3- الفضاء الثالث: هو الفضاء الذي يبنيه المؤذن لصواع يساوى حمل بغير .

الفضاء الأول:

يظهر هذا في قوله (أيتها العير إنكم لسارقون)، وهنا يبدو صورة السارق في أذهانهم بالأمها وشدة عاقبها في شريعتهم من أن السارق يصبح عبدا لمن سرقه، وهذا الفضاء الذهني أفزعهم وجعلهم يفكرون فيما سيفعلونه لدفع تهمة السرقة عن أنفسهم التي جاءت في هذه العبارة (إنكم لسارقون)، فهي صورة ذهنية بناها المنادي بندائه في فضائهم الذهني.

ظهرت آثار هذه الصورة في انفعالهم بسرعة التوجه إليه، وسؤاله عما ضاع، لقد تم بناؤها في سرعة شديدة، فهو استحضار للمصيبة والعقاب عليها في ذهنهم .

الفضاء الثاني:

فضاء البريء: إنه فضاء مناقض للفضاء السابق، يحاولون صناعته في ذهن المنادي لتحطيم الفضاء الذي تكوّن في ذهنه عنهم كسارقين من خلال القول والحركة، حيث (قالوا وأقبلوا) فيبدو ما لديهم من انفعال خوف وفزع ورفض، فيعطي تكديبا تاما للفضاء السابق في سرعة البرق وقوة الجبال، محاولة لتحطيم ذلك الفضاء الذهني الذي بناه المنادي في أذهانهم، فيبنون بذهنه الآن صورة يريدونها أن تستقر في بنيتهم التصورية عن فضاء ذهني لإنسان شريف بريء من تلك التهمة .

الفضاء الثالث:

فضاء الشيء المفقود(صواع الملك) الذي يحاول المنادي بيان أهميته، ب:

- 1- إضافة الصواع للملك: (صواع الملك) فتعطي هذه الإضافة للصواع (الذي ربما يكون في بيوت الأثرياء بمصر ما هو أفضل منه) من هيبة وجلال وفزع من عقاب شديد لمن يفكر أن يسرقه .

2- بيان قيمة هذا الصواع وثمانه وذلك ببيان ما سيدفع فيه، وهو حمل بغير .

ثالثا النظريات الحديثة:

أ - **نظرية المزج المفهومي:** تقوم نظرية المزج المفهومي بعملها في هذا الإشهار في الجمع بين فضاءين هما:
(أ) فضاء الصواع: (يوجد فيه أي صواع في الكون لدي غني أو فقير).

(ب) فضاء صواع الملك: (يوجد فيه صواع الملك)
فبعد أن نضيفه إلى الملك، يتولد عنه نتائج هي معان جديدة منها:
أسطورة الهول والفرع والخوف من اتهامهم بسرقة، فسرقه أي صواع
لن يفرع أي إنسان أو يخيفه كسرقه هذا الصواع، فالإشهار هنا ليس
دعوة لامتلاكه بل تحذير من الاقتراب منه، والمعنى الآخر هو: تشجيع
المستمع للبحث عنه .

إذن إضافة الصواع إلى الملك ولّد من هذا التركيب (في إطار
نظرية المزج المفهومي) معان جديدة، كمعنى الخوف والفرع من أن
يكونوا سارقين له، ومعنى الفرحة والسعادة في حالة الحصول عليه
وربح المكافأة. يمكن تصور عملية المزج بين الفضاءين التي حدثت
في ذهن إخوة يوسف:

فضاء الدخّل (أ) <<

<<

عملية المزج :
1- التركيب
2- الإكمال
3- البلورة

الفضاء الجامع:
الدخّلين (أ،ب)
عملية إسقاط
بين سماتهما
الانتقائية

المعاني الجديدة
خوف السرقة
سعادة الربح
بحمل البعير

<<

فضاء الدخّل (ب) - <<

ب - النظرية التداولية: ويتمركز عملها في العبارة الإشهارية التداولية الآتية: (نفقد صواع الملك، ولمن جاء به حمل بغير وأنا به زعيم) وقد قام الحوار فيها علي عناصر:

1 - الإشارات: ضمير (المتكلم: نون الجمع، وأنا) .
2- الافتراض السابق: أن يكون الملك قد فقد صواعه، ولهذا فهم يعلنون عنه .

3 - الاستلزام الحواري: أن تكون هناك أشياء مجهولة لهم قد حدثت كضياع صواع الملك، وقد عرفوا هذا من المنادي .
وأن يكون هناك اتهام وجه إليهم بسرقة هذا الشيء الضائع، وقد رفضوا هذا احتمال فهو إما أنه سرق أو ضاع .

يقوم الاستلزام الحواري هنا علي مبدأ التعاون من خلال افتراض الملك أولاً أنه سرق؛ فأرسل من يتوعد من سرقة وقد اتهم إخوة يوسف بذلك، ولكن إخوة يوسف افترضوا أنه ضاع ولم يسرق، فكان من نتائج الاستلزام الحوار وجود التعاون بين الفريقين والاتفاق على رأي واحد وهو رأي إخوة يوسف بضياعه، وشاركهم المنادي هذا الرأي، فقال نفقد صواع الملك، وتحول هذا التعاون إلى اقتناع المنادي برأيهم، وذلك برصد جائزة لمن دل عليه، ولهذا تمت عملية الحوار بينهما بنجاح، حيث تم الإعلان عن الصواع كشيء مفقود، ونجحت عملية التفاهم والتواصل بينهم .

4- الأفعال الكلامية: يمكن النظر إلى هذه العبارة الإشهارية على أن بها نوع واحد من الأفعال الكلامية هو:

الإخباريات: هي الأفعال التي تصف وقائع وأحداثا في العالم الخارجي، وتقوم بنقل الواقع نقلاً أميناً، ويبدو هنا في إخبار مؤذن الملك عن ضياع صواع الملك: نفقد صواع الملك، والإخبار عن جائزة من يأتي به: ولمن جاء به حمل بغير وأنا به زعيم .

تحليل لآلية الإقناع التداولية: يقوم الفعل اللغوي وفق النظرية التداولية بتقسيم الملفوظ إلى ثلاثة أقسام: فعل إنتاج - فعل إنجاز - فعل تأثير .

(1) فعل إنتاج: ويشمل العناصر اللغوية لإنتاج الملفوظ (صوت. نحو. دلالة). إنه بناء الوحدة اللفظية بعيداً عن السياق .

(2) الفعل الإنجازي: يأتي السياق بعد إنتاج الوحدة اللفظية، بالفعل الإنجازي، وهو إنجاز الفعل داخل السياق حيث ترتبط بسياقات التلفظ دلالات وأبعاد أخرى تدل على أننا نقوم بشيء ما، ونحن نتلفظ بهذه الكلمات مثل الوعد أو الوعيد أو التأكيد، وهي قيم ليست قارة في الملفوظ، لكن نستنتجها من خلال السياق، فنفهم من تلك الوحدات أشياء سنقوم بها لم تنطق في الوحدات اللغوية المذكورة .

(3) الفعل التأثيري: وهو السلوك الناتج عن فعلي القول والإنجاز السابقين .

ويمكن تصور هذا العملية بمراحلها المختلفة من هذا الشكل:

فعل إنتاج (يمثل وحدة مضمونية متضمنة في الكلمة) — << فعل إنجازي وهو القيم المرتبطة بسياقات التلفظ، ودلالات نهائية استنتاجية لهذا الملفوظ في سياقاته التي يرد فيها) — << مما يؤدي إلى قوة ثالثة هي الآثار النفسية التي يتركها الملفوظ في نفس المتلقي، أي الفعل التأثيري (وهي نتائج هذه الأفعال على سلوك المتلقي ومعتقداته ثم يتجسد هذا الفعل (قاعدة الفعل) في سلوك عيني، يتحقق من خلال حدوث تغير في قناعات المتلقي الفكرية أو الدينية، وهذا هو الهدف النهائي من عملية الإشهار، حيث يتحقق بتحول المتلقي من مجرد مستمع إلى مؤمن بهذه الفكرة ومقتنع بها ومقبل عليها هنا يتحول الأمر من مجرد إثارة انتباه بفعل قولي ملفوظ إلى فعل إنجازي، هو تجسيد لهذا التأثير والاقتناع بالإقبال عليه .

ويمكن تطبيق هذا القول على هذا الإشهار :

فعل إنتاج (ن فقد صواع الملك) — << فعل إنجازي (هذا السياق أثار في نفس إخوة يوسف الخوف من السرقة والأمل في الجائزة) — << فعل تأثيري (نتيجة لهذه الإثارة قالوا ما علمتم ما جننا لنفسد في الأرض...).

هذا العمل المتسلسل يعبر عن فكر متنامي حول غاية يصنعها المتكلم بفعله الكلامي لإنجاز غاية تظهر في السلوك العيني التي تتم بعد إنجاز هذا الكلام .

الفعل الكلامي: (فعل إنتاج) — < (فعل إنجازي) — < (قاعدة الفعل) فنجد أن الهدف من الرسالة الكلامية أو الإشهارية قد تحقق، فالغرض من الإشهار هو إقناع المتلقي بالمنتج أو الفكرة أو السلعة .

ج - النظرية العرفانية: تقوم النظرية العرفانية في الإشهارية بتحليل عملية التشابه بين الأشياء التي تحدث في العقل، لفهم مجال من خلال مجال آخر، وفي هذه العبارة:
1 - قالوا: نفقد صواع الملك، ولمن جاء به حمل بعير، وأنا به زعيم

2- قالوا: تالله لقد علمتم ما جننا لنفسد في الأرض، وما كنا سارقين. لقد ذكر المؤذن أنهم فقدوا صواع الملك، ثم ذكر المكافأة (الجعل) لمن جاء به، ولم يذكر عقاب من سرق، لكن صورة العقاب غلبت علي فهمهم للأمر، لذا فكروا في دفع تلك التهمة عنهم فقط، ولم يفكروا في الجائزة أو المساومة عليها.

فنرى عملية عقلية توجههم وتدفعهم ناحية التفكير في الجائزة وعملية أخرى ترفض ذلك، وتوجههم ناحية عقاب السرقة والتفكير في دفعه، لقد فهم القوم قول المنادي في ضوء عدة أشياء كونت عندهم هذا الفهم، وهي:

-الخبرات السابقة بالملوك: فقد سمعوا أنهم لا يقبلون أخذ شيء منهم عنوة.

-نداء المؤذن عليهم: إنكم لسارقون، فهو اتهام صريح لهم.

وبهذا فهموا الموقف، وبدؤوا في التفاعل معه بالدفاع عن أنفسهم. بناء التصور الذهني:

تكوّن هذا الفهم من العمليات العقلية التي تقوم على تجميع خيوط القضية في شكل سهام اتهام موجهة إليهم، فعناصر هذا الاتهام تأتي من:

(أ) النداء عليهم بتهمة السرقة.

(ب) شعورهم بخطورة الأمر نتيجة بحث السلطة عنهم وما يتبعه من عقاب.

(ج) التخصيص والتحديد لهم دون غيرهم بـ (أيتها العير).

(د) كلمة العير بينت أن الاتهام موجه للجماعة كلها، وهو لا يعرف أسماءهم.

(هـ) معرفتهم السابقة عن عقاب الملوك إذا غضبوا، فهم هالكون لا محالة.

كل هذه الخطوط والمقابلة بينها وإسقاطها في ذهن القوم، خلقت في بنيتهم التصورية صورة شبح الخوف والفرع من العقاب نتيجة فهم أنهم لصوص .
لقد دفعوا التهمة عنهم بعدة أشياء يفعلها كل من وجهت إليه مثل هذه التهمة:

- 1- البدء بالقسم لنفي التهمة عنهم: (تالله) .
 - 2- ذكر الغاية من المجيء كقرينة على براءة ساحتهم من التهمة:
أ - ما جننا لنفسد في الأرض .
ب - وما كنا سارقين .
 - 3 - تمجيد علم قوم يوسف بضمائر وخفايا الناس، كمدح لهم (لقد علمتم) .
 - 4- تأكيدهم للعلم القوم بقدر واللام (لقد علمتم) ليعينوا عليه دفاعهم.
 - 5- تقبل العقاب عند ثبوت التهمة عليهم. وتنفيذ الحكم حسب شريعتهم .
- كل هذه ضمانات يقدمونها للمنادي للتأكيد على براءتهم، وتحمل العقاب؛ كدليل على ثقتهم من تلك البراءة .

المراجع و المصادر

1-المراجع العربية:

- آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر . د محمود أحمد نحلة . مكتبة الآداب . القاهرة 2013م .
- استراتيجية التواصل الإشهاري . د سعيد بنكراد وآخرون . دار الحوار . سوريا - اللاذقية . 2010م .
- الاستعارة القرآنية في ضوء النظرية العرفانية. د عطية سليمان أحمد. الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي . 2014م .
- الأضداد . لأبي حاتم السجستاني . دار النهضة المصرية . القاهرة 1991م .
- التحرير والتنوير . الطاهر بن عاشور . دار سحنون - تونس - ب ت .
- التداولية . جورج يول . تر/ قصي العتابي. دار الأمان - الرباط 2010م .
- تفسير القرآن العظيم . ابن كثير . مكتبة التراث الإسلامي . سوريا - حلب . 1980م .
- تفسير القرطبي . القرطبي . دار الريان للتراث . القاهرة . ب ت .
- التفسير الكبير أو مفاتيح الغيب . الرازي . المكتبة التوفيقية . القاهرة 2003م .
- تفسير المراغي . الشيخ أحمد المراغي . مطبعة مصطفى البابي الحلبي . القاهرة . ب ت .
- تفسير النسفي . الإمام النسفي . دار إحياء الكتب العربية . فيصل عيسى البابي الحلبي . ب ت .
- دراسات نظرية وتطبيقية في علم الدلالة العرفاني . محمد الصالح البوعمراني . مكتبة علاء الدين . صفاقس - تونس . 2009م .
- روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني. الألووسي البغدادي. المكتبة التوفيقية . القاهرة . ب ت .
- الزاهر في معاني كلمات الناس . ابن الأنباري . مؤسسة الرسالة - بيروت . 1992م .

- سميات الصورة الإشهارية الإشهار والتمثيلات الثقافية . سعيد بنكراد . دار أفريقيا الشرق . المغرب 2006م .
- الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة . سعيد بنكراد . المركز الثقافي العربي . دار البيضاء المغرب . 2009م .
- علم الدلالة و العرفانية . راي جاكندوف . تر/ عبد الرزاق بنور . دار سيناترا . المركز الوطني للترجمة . تونس . 2010م .
- الفاخر . لأبي طالب بن سلمة . الهيئة المصرية للكتاب . 1974م .
- في ظلال القرآن . سيد قطب . دار الشروق . القاهرة . 1980م .
- القاموس المحيط . الفيروزآبادي . الهيئة المصرية العامة للكتاب . القاهرة . 1978م .
- كتاب الأضداد . لابن السكيت . مكتبة الثقافة الدينية . القاهرة . ب ت .
- كتاب الأضداد . لابن الأنباري . المكتبة العصرية . بيروت . 1987م .
- كتاب الأضداد . لأبي محمد التوزي . مؤسسة إيف للطباعة والتصوير . لبنان . بيروت 1983م .
- الكنايات العامية . أحمد تيمور باشا . مطبعة الأهرام التجارية . القاهرة . ب ت .
- اللسانيات و اللغة العربية . عبد القادر الفاسي الفهري . دار توبقال للنشر - المغرب . 1985م .
- مبادئ التداولية . جيوفري ليتش . تر / عبد القادر قنيني . أفريقيا الشرق - المغرب . 2012م .
- المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز . ابن عطية الغرناطي . دار الكتب العلمية . بيروت - لبنان . 2007م .
- مجموع الألفاظ القبطية المتداولة باللهجة العربية العامية . أكلوديوس . ي . لبيب . مطبعة عين شمس بطريكخانة الأقباط الأرثوذكس مصر . ب ت .
- المحكم والمحيط الأعظم . ابن سيده . طبع معهد المخطوطات العربية . القاهرة . 2003م .
- مختصر من تفسير الإمام الطبري : للتجيبى، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 1980م
- معجم ألفاظ القرآن الكريم . مجمع اللغة العربية . القاهرة 1968م .

- المعجم الوسيط . مجمع اللغة العربية بالقاهرة . ط4. مكتبة الشروق الدولية . 2005م .
- المفردات في غريب القرآن . الراغب الأصبهاني . مكتبة الأنجلو المصرية . 1970م .
- النص والخطاب : مباحث لسانية عرفنية . د الأزهر الزناد . دار محمد علي للنشر تونس 2011م .
- نظريات لسانية عرفنية . د الأزهر الزناد . الدار العربية للعلوم 2010م
- الوجوه والنظائر لألفاظ كتاب الله العزيز . محمد الدامغاني . المجلس الأعلى للشئون الإسلامية القاهرة . 1996م .

2-المراجع الأجنبية:

- JACKEDOFF, R, (1978):Grammar as Evidence for Conceptual Structure, in :Halle,M. and als : 1978) ,Linguistic theory and Psychological reality, M.I.T Press
- JACKENDOFF.R.C : 1983.Semantic and Cognition, MIT Press. Cambridge, Mass
- JACKENDOFF,1985 : Inofrmation in the mind of the beholder . Linguistics and philosophy .8,1,Press .Lakoff , G, and Johnson, M : . ,1980 Metaphors we Live by. Univ.of Chicago
- Lakoff, G. 1987. Women, Fire and Dangerous Things : What Categories Reveal about the mind Chicago : University of Chicago Pres
- Lakoff, G. 1990 .The Invariance Hypothesis : Is Abstract Reason based on Image – schems ? Cognitive Linguistics.
- M, Johnson ,THE BODY IN THE MIND, the bodily basis of meaning imagination, and reason, the University of Chicago and London. 1987
- soubli,f ,1979 : presentation : problems de la metaphore ,lanjajes



نحن لا نصور الكتب وإنما نعيد إنتاجها وتجميعها على شكل أرشيف

الصفحة	الموضوع
5	المقدمة
11	تقديم : انتشار الإشهار في القرآن الكريم وفي الحياة اليومية
21	الباب الأول : الإشهار والدراسات الحديثة
23	الفصل الأول : الإشهار / الإعلان / الدعاية
35	الفصل الثاني : الإشهار والتواصل
45	الفصل الثالث : خصائص الإشهار
59	الفصل الرابع : وسائل التعبير الإشهارية
75	الفصل الخامس : البناء اللغوي والخطاب الإشهاري

111	-----	الفصل السادس: الفضاء الذهني للإشهار
127	-----	الباب الثاني: الإشهار والنظريات اللغوية الحديثة
131	-----	الفصل الأول: النظرية العرفانية والإشهار
147	-----	الفصل الثاني: نظرية المزج المفهومي والإشهار
167	-----	الفصل الثالث: النظرية التداولية والإشهار
219	-----	الباب الثالث: الدراسات التطبيقية علي الإشهار القرآني
221	-----	الفصل الأول: حقيقة وجود الإشهار في القرآن
225	-----	الفصل الثاني: سورة يوسف نموذجاً
232	-----	الإشهار الأول: الإشهار عن الله سبحانه وتعالى
262	-----	الإشهار الثاني: الإشهار عن يوسف عليه السلام
264	-----	القسم الأول: في صباه: البيع لمالك بن ذعر: سلعة يزهدا صاحبها
284	-----	القسم الثاني: البيع لعزير مصر: سلعة يرجو منها المنفعة
296	-----	القسم الثالث: في شبابه: سلعة يشهر عنها المشتري
328	-----	القسم الرابع: في رجولته: طلب وظيفة
الصفحة	الموضوع	
328	-----	القسم الرابع: في رجولته: طلب وظيفة
347	-----	الإشهار الثالث: القسم الأول: الإشهار عن أخوة يوسف
361	-----	القسم الثاني: إشهار أخوة يوسف عن قوتهم

362	الإشهار الرابع: الإشهار عن سلع متنوعة
362	القسم الأول: إشهار عن عمل أدبي (قصة)
379	القسم الثاني: إشهار عن بضاعة مزجاة
43	القسم الثالث: إشهار أشياء مفقودة
417	المراجع والمصادر
421	الفهرس